



UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS EKONOMIKA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERUSAHAAN

KARYA AKHIR

**PENGARUH STRUKTUR KEPEMILIKAN TERHADAP
LUAS PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL
(GSE DISCLOSURE) PADA LAPORAN TAHUNAN PERUSAHAAN
(STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN PUBLIK YANG TERCATAT
DI BURSA EFEK INDONESIA PADA TAHUN 2006)**

DIAJUKAN OLEH :

**NOVITA
WISNANDANA**

DITINGKATKAN OLEH :
DR. HENDRIK SUDARNO, S.P., M.P.A., Ph.D.
GUNA MEMENUHI SYARAT
MAGISTER ADMINISTRASI
0000



**PENGARUH STRUKTUR KEPEMILIKAN TERHADAP LUAS
PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL (CSR DISCLOSURE)
PADA LAPORAN TAHUNAN PERUSAHAAN
(STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN PUBLIK YANG TERCATAT DI
BURSA EFEK INDONESIA PADA TAHUN 2006)**

KARYA AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister Akuntansi

NOVITA

206105

PROGRAM STUDI MAGISTER AKUNTANSI

UNIVERSITAS INDONESIA

JAKARTA, 2008

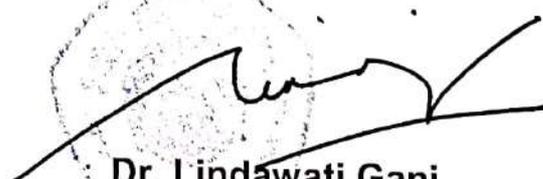


TANDA PERSETUJUAN KARYA AKHIR

Nama : Novita
Nomor Mahasiswa : 0606149061
Konsentrasi : Akuntansi Manajemen
Judul Karya Akhir : Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (*CSR Disclosure*) pada Laporan Tahunan Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Publik yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2006)

27 MAY 2008
Tanggal :

Ketua Program Studi
Magister Akuntansi


Dr. Lindawati Gani

27 MAY 2008
Tanggal :

Pembimbing Karya Akhir : Dr. Chaerul D. Djakman


DAFTAR ISI

RINGKASAN EKSEKUTIF	i
EXECUTIVE SUMMARY	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Masalah Penelitian.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan	10
BAB 2 LANDASAN TEORI	
2.1 Perkembangan Kemunculan <i>Corporate Social Responsibility</i> ..	11
2.2 Motivasi Perusahaan dalam Melakukan CSR	13
2.2.1 <i>Stakeholders Theory</i>	13
2.2.2. <i>Organizational Legitimacy Theory</i>	15
2.2.3 <i>Brand Image dan Corporate Reputation</i>	17
2.3 Praktek CSR di Indonesia	19
2.4 Pengungkapan <i>Corpoate Social Responsibility</i>	20
2.5 GRI Sebagai Standar Pelaporan	24
2.6 Struktur Kepemilikan dan CSR	26
2.6.1 <i>Foreign Shareholders dan CSR Disclosures</i>	28
2.6.2 <i>Institutional Ownership dan CSR Disclosure</i>	30

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pengembangan Hipotesis	33
3.1.1 Kepemilikan Asing	34
3.1.2 Kepemilikan Institusi	35
3.2 Variabel Kontrol	37
3.2.1 Tipe Industri	37
3.2.2 Ukuran Perusahaan (<i>Firm Size</i>)	38
3.2.3 Kategori BUMN dan Non BUMN	38
3.3 Kerangka Pemikiran	39
3.4 Model Penelitian	40
3.5 Operasionalisasi Variabel	40
3.5.1 Variabel Dependen	40
3.5.1.1 CSDI GRI	41
3.5.1.2 Indikator GRI	42
3.5.2 Variabel Independen	43
3.5.2.1 Kepemilikan Asing	43
3.5.2.2 Kepemilikan Institusi	44
3.5.3 Variabel Kontrol	44
3.5.3.1 Tipe Industri	44
3.5.3.2 Ukuran Perusahaan (<i>Firm Size</i>)	45
3.5.3.3 Kategori BUMN dan Non BUMN	45
3.6 Prosedur Pengumpulan Data	46
3.7 Pemilihan Sampel.....	46
3.8 Analisis Data	47
3.8.1 Metode Pengujian.....	47
3.8.2 Uji F	51
3.8.3 Uji t	52

BAB 4 ANALISIS DAN HASIL PENELITIAN

4.1 Analisis Deskriptif Terhadap Indikator GRI pada <i>Regulated Company</i>	53
4.2 Analisa Deskriptif Pengungkapan CSR untuk Perusahaan dengan Kepemilikan Asing	65

4.3 Hasil Statistik Deskriptif	68
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	70
4.4.1 Hasil Uji Normalitas	70
4.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	71
4.4.3 Hasil Uji Heteroskedastis	72
4.4.4 Hasil Uji Autokorelasi	73
4.5 Hasil Pengujian Data.....	74
4.5.1 Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	74
4.5.2 Hasil Uji F.....	85

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran	90
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	90
5.4 Implikasi Penelitian	91

DAFTAR PUSTAKA

92

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Indikator GRI	25
Tabel 3.1 Perolehan Sampel Penelitian.....	47
Tabel 3.2 Pengujian Autokorelasi dengan Uji DW	50
Tabel 4.1 <i>Economics Indicator</i> Industri Tambang & Migas	55
Tabel 4.2 <i>Labor Practices Indicator</i> Industri Tambang & Migas	59
Tabel 4.3 <i>Society Indicator</i> Industri Telekomunikasi.....	63
Tabel 4.4 <i>Product Responsibility Indicator</i> Industri Telekomunikasi	64
Tabel 4.5 Deskripsi CSDI dan Kepemilikan Asing (Eropa dan US)	67
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	68
Tabel 4.7 Uji Multikolinearitas	72
Tabel 4.8 Uji WHITE	73
Tabel 4.9 Nilai Durbin Watson	74
Tabel 4.10 Casewise Diagnostic	74
Tabel 4.11 Hasil Uji t.....	76
Tabel 4.12 Uji t Kepemilikan Asing (Eropa dan US) dan CSDI	79
Tabel 4.13 Model Summary	86
Tabel 4.14 Hasil Uji F	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran	39
Gambar 4.1 <i>Economic Indicator Regulated Company</i>	54
Gambar 4.2 <i>Environment Indicator Regulated Company</i>	56
Gambar 4.3 <i>Labor Practices Regulated Company</i>	59
Gambar 4.4 <i>Human Right Indicator Regulated Company</i>	60
Gambar 4.5 <i>Sociaty Indicator Regulated Company</i>	62
Gambar 4.6 <i>Product Responsibility Indicator Regulated Company</i>	64
Gambar 4.7 Grafik Normal P-P Plot	71
Gambar 4.8 Histogram	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 <i>Gri Content Index</i> dan Indeks Pengungkapan CSR Perusahaan	100
Lampiran 2 Nilai Pengungkapan CSR Perusahaan	148
Lampiran 3 Variabel Penelitian Menggunakan Laporan Tahunan Perusahaan Tahun 2006	153

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kesadaran tentang pentingnya mempraktekkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi tren seiring dengan semakin maraknya tuntutan masyarakat global, tidak terkecuali masyarakat Indonesia, terhadap produk-produk yang ramah lingkungan serta diproduksi dengan memperhatikan kaidah-kaidah sosial dan prinsip-prinsip hak asasi manusia (HAM). Hal ini menuntut para pelaku bisnis untuk menjalankan usahanya dengan semakin bertanggungjawab. Pelaku bisnis tidak hanya dituntut untuk memperoleh keuntungan dari lapangan usahanya, melainkan juga dapat memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan sosialnya.

Pemahaman mengenai tanggung jawab sosial perusahaan memberikan pedoman bahwa perusahaan bukan lagi sebagai entitas yang hanya mementingkan dirinya sendiri saja sehingga membatasi diri dari lingkungan masyarakat di tempat mereka bekerja, melainkan sebuah entitas usaha yang wajib melakukan adaptasi kultural dengan lingkungan sosialnya (Daniri, 2008).

CSR sebagai sebuah gagasan menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*,

yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines* yaitu juga memperhatikan masalah sosial dan lingkungan (Daniri, 2008). Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Keberlanjutan perusahaan akan terjamin apabila perusahaan juga memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Sudah menjadi fakta bagaimana resistensi masyarakat sekitar, di berbagai tempat dan waktu muncul ke permukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan aspek-aspek sosial dan lingkungan hidupnya, seperti kasus Lumpur Lapindo di Jawa Timur.

Konsep yang dianggap sebagai motivasi perusahaan melakukan serta mengungkapkan CSR adalah pergeseran orientasi perusahaan dari orientasi *shareholder* menjadi orientasi dengan mempertimbangkan *stakeholder* (Mirza, 1997 dalam Ani, 2007). Dasar *stakeholder theory* adalah bahwa perkembangan perusahaan dan bertambahnya dampak bagi lingkungan sekitar seharusnya diimbangi dengan pemenuhan akuntabilitas perusahaan terhadap berbagai sektor dalam masyarakat, tidak hanya terhadap *shareholder*-nya saja (Solomon dan Solomon, 2004 dalam Ani, 2007).

Pengungkapan kinerja lingkungan, sosial, dan ekonomi di dalam laporan tahunan atau laporan terpisah adalah untuk mencerminkan tingkat akuntabilitas, responsibilitas, dan transparansi korporat kepada

investor dan *stakeholders* lainnya. Pelaporan tersebut bertujuan untuk menjalin hubungan komunikasi yang baik dan efektif antara perusahaan dengan publik dan *stakeholders* lainnya tentang bagaimana perusahaan telah mengintegrasikan *corporate social responsibility* (CSR): - lingkungan dan sosial - dalam setiap aspek kegiatan operasinya (Darwin, 2007).

Pengungkapan tanggung jawab sosial pada laporan tahunan perusahaan juga bertujuan untuk memperlihatkan kepada masyarakat mengenai aktivitas sosial dan lingkungan yang telah dilakukan oleh perusahaan dan pengaruhnya terhadap masyarakat. Pengaruh disini antara lain adalah seberapa jauh lingkungan, pegawai, konsumen, masyarakat lokal, dan yang lainnya dipengaruhi oleh kegiatan dan operasi bisnis perusahaan. Perusahaan yang memahami bahwa tanggung jawab mereka bukan sebatas memberikan kesempatan lapangan kerja bagi masyarakat, membayar pajak, atau hanya memproduksi barang dan jasa yang lebih murah, tetapi juga lebih luas memberikan manfaat bagi lingkungan tempatnya beroperasi, secara tidak langsung akan mendapatkan keuntungan atau *feedback* positif atas kepeduliannya dari lingkungan tersebut. *Brand image* atau *corporate image* yang baik, keamanan dan kenyamanan yang menjamin keberlanjutan operasional adalah sedikit dari manfaat tersebut (Kalla, 2006).

Selain itu, perusahaan juga dapat memperoleh legitimasi dengan memperlihatkan kebajikan sosial melalui pengungkapan CSR dalam media termasuk dalam laporan tahunan perusahaan (Oliver, 1991;

Haniffa dan Coke, 2005; Ani, 2007). Hal yang sama juga dikemukakan oleh Kiroyan (2006), dalam Sayekti dan Wondabio (2007) menyatakan bahwa dengan menerapkan CSR, diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang menerapkan CSR diharapkan akan direspon positif oleh para pelaku pasar.

Banyak perusahaan di Indonesia yang telah melakukan aktivitas CSR di lapangan, tetapi belum banyak yang mengungkapkannya dalam sebuah laporan (Darwin, 2007). Banyak kendala yang menjadi penghalang, diantaranya belum adanya peraturan yang jelas, sehingga banyak perusahaan yang melaporkan informasi lingkungan dan tanggung jawab sosial hanya sebagai bagian dari laporan tahunan. Standar Akuntansi Keuangan di Indonesia belum mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan informasi sosial terutama informasi mengenai tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan, akibatnya yang terjadi di dalam praktik, perusahaan hanya dengan sukarela mengungkapkannya. Perusahaan akan mempertimbangkan biaya dan manfaat yang akan diperoleh ketika mereka memutuskan untuk mengungkapkan informasi sosial. Bila manfaat yang akan diperoleh dengan pengungkapan informasi tersebut lebih besar dibandingkan biaya yang dikeluarkan untuk mengungkapkannya maka perusahaan akan dengan sukarela mengungkapkan informasi tersebut (Anggraini, 2006).

Issue internasionalisasi juga menjadi aspek yang semakin penting dalam struktur bisnis. Terdapat dua faktor yang mendorong terjadinya perubahan dalam struktur bisnis pada abad 21 yaitu globalisasi dan teknologi informasi (Choi, 1993 dalam Fauzi, 2006). Globalisasi dalam konteks bisnis merupakan gabungan dari entitas bisnis dan luas pasar yang dapat meningkatkan persaingan. Salah satu bentuk globalisasi adalah kepemilikan asing dalam suatu perusahaan yang porsinya cenderung semakin meningkat.

Seiring dengan meningkatnya kepemilikan asing dalam suatu perusahaan, maka perusahaan akan menghadapi tekanan permintaan terhadap informasi lebih banyak. Kepemilikan asing dalam perusahaan merupakan pihak yang dianggap *concern* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Seperti diketahui, negara-negara luar terutama Eropa dan *United State* merupakan negara-negara yang sangat memperhatikan isu-isu sosial; seperti pelanggaran hak asasi manusia, pendidikan, tenaga kerja, dan isu lingkungan seperti, efek rumah kaca, pembalakan liar, serta pencemaran air. Hal ini juga yang menjadikan dalam beberapa tahun terakhir ini, perusahaan multinasional mulai mengubah perilaku mereka dalam beroperasi demi menjaga legitimasi dan reputasi perusahaan (Simerly dan Li, 2001; Fauzi, 2006).

Penelitian mengenai luas pengungkapan sukarela dengan memasukkan variabel kepemilikan asing pada perusahaan Indonesia yaitu yang dilakukan oleh Marwata (2006). Sampel yang digunakan dalam

pengujian ini adalah perusahaan selain industri keuangan dan memiliki laporan tahunan 1995. Variabel yang digunakan meliputi *size* (aktiva), *leverage*, likuiditas, basis perusahaan, penerbitan sekuritas, kepemilikan asing, kepemilikan publik, dan umur emiten dimana hasil pengujian menunjukkan hanya variabel *size* dan penerbitan sekuritas yang memiliki hubungan signifikan dengan luas pengungkapan sukarela. Ini berarti besarnya kepemilikan asing tidak mempengaruhi kualitas ungkapan sukarela dalam laporan tahunan karena relatif kecilnya kepemilikan asing pada sampel penelitian.

Struktur kepemilikan lain adalah kepemilikan institusional, dimana umumnya bertindak sebagai pihak yang memonitor perusahaan. Perusahaan dengan kepemilikan institusional yang besar (lebih dari 5%) mengindikasikan kemampuannya untuk memonitor manajemen. Semakin besar kepemilikan institusional maka semakin efisien pemanfaatan aktiva perusahaan dan diharapkan juga dapat bertindak sebagai pencegahan terhadap pemborosan yang dilakukan oleh manajemen (Faizal, 2004 dalam Arif, 2006).

Bila mempertanyakan peran institusi terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, maka penting juga untuk memperhatikan konsep *sociallly responsible investing* (SRI) yaitu suatu keputusan investasi yang juga mempertimbangkan kriteria sosial dan menghindari kepemilikan saham pada perusahaan yang memiliki peringkat CSR lemah. Sebagai contoh, perbankan di Eropa hanya memberikan pinjaman pada

perusahaan-perusahaan perkebunan di Asia apabila ada jaminan dari perusahaan tersebut, yakni ketika membuka lahan perkebunan tidak dilakukan dengan membakar hutan. Berdasarkan hal tersebut maka kepemilikan institusi dapat menjadi pendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial.

Mani (2004) dalam Kasmadi dan Susanto (2006) menguji faktor-faktor yang menentukan luas pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan perusahaan di India. Ia menguji pengaruh independensi komisaris, *block holding*, *leverage*, *size*, dan *financial institution investment* (FII) terhadap luas pengungkapan sukarela untuk sampel 30 perusahaan berbagai industri kecuali perusahaan keuangan. Hasilnya, independensi komisaris, *block holding*, dan *size* ditemukan signifikan terhadap luas pengungkapan sukarela sedangkan *financial institution investment* dan *leverage* tidak berhubungan secara signifikan terhadap pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan perusahaan di India.

Pentingnya pengungkapan CSR juga dikatakan oleh Eipstein & Freedman (1994), dalam Anggraini (2006), bahwa investor individual memiliki ketertarikan terhadap informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan keuangan. Informasi tersebut berupa keamanan dan kualitas produk serta aktivitas lingkungan. Selain itu mereka menginginkan informasi mengenai etika, hubungan dengan karyawan dan masyarakat. Perusahaan yang berlabar besar namun operasinya merusak lingkungan atau tidak mempedulikan aspek sosial di sekitarnya, dianggap bukan

perusahaan yang baik. Untuk itu dibutuhkan suatu sarana yang dapat memberikan informasi mengenai aspek sosial, lingkungan dan keuangan secara sekaligus. Sarana tersebut dikenal dengan nama laporan keberlanjutan (*sustainability reporting*).

Dari uraian mengenai pentingnya aktivitas tanggung jawab sosial termasuk pengungkapan tanggung jawab sosial tersebut bagi perusahaan saat ini serta adanya struktur kepemilikan dalam perusahaan menjadikan penelitian ini berjudul “**Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (CSR Disclosure) Pada Laporan Tahunan Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2006)**”.

1.2 Permasalahan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas maka permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini adalah ”Apakah struktur kepemilikan berpengaruh terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial (*CSR Disclosure*) dalam laporan tahunan pada perusahaan publik yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2006?”

Adapun struktur kepemilikan yang dijadikan variabel penelitian ini adalah kepemilikan asing dan kepemilikan institusi.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan: Untuk membuktikan secara empiris pengaruh struktur kepemilikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial (*CSR Disclosure*) dalam laporan tahunan pada perusahaan publik yang tercatat di BEI pada tahun 2006.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

a. Bagi Akademisi

Memberikan informasi bahwa struktur kepemilikan merupakan salah satu faktor dalam melihat luas pengungkapan CSR perusahaan dikarenakan kebutuhan akan legitimasi perusahaan di dalam masyarakat.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perusahaan sehubungan dengan pengungkapan CSR yang telah mereka lakukan selama ini. Hasil penelitian ini dapat menjadikan perusahaan lebih *aware* terhadap pengungkapan CSR di masa mendatang, seperti halnya pengungkapan CSR yang dilakukan oleh negara-negara Eropa dan *United States* sebagai salah satu informasi yang penting.

c. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran kepada pemerintah sampai sejauh mana pengungkapan tanggung jawab sosial yang telah

dilakukan perusahaan. Sehingga pemerintah dapat mempertimbangkan suatu standar pelaporan CSR yang sesuai dengan kondisi Indonesia.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada karya akhir ini adalah sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian mengenai latar belakang penelitian, permasalahan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2 LANDASAN TEORI

Bab ini terdiri dari telaah literatur atas teori-teori terkait serta penelitian-penelitian sebelumnya yang dipergunakan untuk menyusun asumsi atau hipotesis.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini terdiri dari pengembangan hipotesis, kerangka pemikiran, operasionalisasi variabel, prosedur pengumpulan data, teknik tabulasi, dan analisa data.

BAB 4 ANALISIS DAN HASIL PENELITIAN

Bab ini merupakan uraian temuan penelitian yang terdiri dari statistik deskriptif serta pengujian hipotesis dengan menggunakan statistik regresi berganda.

BAB 5 KESIMPULAN

Bab ini terdiri dari kesimpulan, saran, keterbatasan, serta implikasi dari hasil penelitian.

BAB 2

LANDASAN TEORI

2.1. Perkembangan Kemunculan *Corporate Social Responsibility*

Pada tahun 1950-an, CSR menjadi topik yang semakin gencar dibicarakan. Masalah kemiskinan dan keterbelakangan mulai mendapat perhatian yang luas dari berbagai kalangan sampai menjadi perhatian dunia internasional. Tidak berlebihan jika periode ini dianggap sebagai awal era modern CSR, karena pada tahun 1953 muncul definisi CSR dari Horward R. Bowen dalam bukunya “*Social Responsibility of the Businessman*”. Menurut Bowen, CSR merupakan kewajiban dari seorang pebisnis untuk mengusahakan dan melaksanakan tindakan-tindakan dalam kerangka tujuan dan nilai-nilai sosial kemasyarakatan (Wibosono, 2007).

Pemikiran tentang korporasi juga muncul dalam “*The Future Capitalism*” yang ditulis oleh Lester Thurow tahun 1966. Menurut Thurow, kapitalisme – yang menjadi *mainstream* saat itu – tidak hanya berfokus pada masalah ekonomi, namun juga memasukkan unsur sosial dan

lingkungan yang menjadi basis apa kemudian disebut sebagai *sustainable society* (Wibisono, 2007).

Hingga dekade 1980-90an, wacana CSR terus berkembang. Munculnya KTT Bumi di Rio pada 1992 menegaskan konsep *sustainability development* (pembangunan berkelanjutan) sebagai hal yang mesti diperhatikan, tak hanya oleh negara, tapi terlebih oleh kalangan korporasi yang kekuatan kapitalnya makin menggila. Tekanan KTT Rio, terasa bermakna sewaktu James Collins dan Jerry Porras meluncurkan *Built To Last; Succesful Habits of Visionary Companies* di tahun 1994. Lewat riset yang dilakukan, mereka menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan yang terus hidup bukanlah perusahaan yang hanya mencetak uang semata.

Terobosan besar dalam konteks CSR, dilakukan John Elkington pada 1997. dalam bukunya: *Cannibals with Forks, the Tripple Bottom Line of Twentieth Century Bussiness*, Elkington mengembangkan konsep *triple bottom line* dalam istilah *economic prosperity*, *environmental quality*, dan *social justice*. Lewat konsepnya ini, Elkington, melukiskan bahwa perusahaan-dan bahkan kapitalisme itu sendiri- yang ingin berkelanjutan, harus memperhatikan 3P, bukan hanya mengejar profit, mereka juga harus terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*), dan berpartisipasi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). Sejak cetusan Elkington ini, bisa dikatakan CSR kian bergulir kencang, dan makin kencang setelah *World Summit* di Johanesburg pada tahun 2002

dan disusul dengan *Kyoto Protocol* pada Februari 2005 yang telah diratifikasi oleh 141 negara yang mewakili 61% emisi dunia dibandingkan saat diluncurkan pertama kali tahun 1997 hanya ditandatangani oleh 84 negara (Wibisono 2007).

2.2 Motivasi Perusahaan dalam Melakukan CSR

Dalam Menghadapi tren global dan resistensi masyarakat sekitar perusahaan, maka sudah saatnya setiap perusahaan memandang serius pengaruh dimensi sosial, ekonomi dan lingkungan dari setiap aktivitas bisnisnya, serta berusaha membuat pengungkapan setiap tahunnya kepada *stakeholder*-nya. Ada berbagai motivasi yang mendasari perusahaan dalam melakukan aktivitas tanggung jawab sosial serta pengungkapan tanggung jawab sosial (*CSR Disclosure*) antara lain: *Stakeholder Theory*, *Organizational Legitimacy Theory*, serta *Brand Image dan Corporate Reputation*.

2.2.1 Stakeholders Theory

Terjadinya pergeseran orientasi dari *shareholders* menjadi orientasi dengan mempertimbangkan *stakeholders* di dalam dunia bisnis disebut sebagai pendukung munculnya CSR. Jika dalam pemahaman klasik yang dikemukakan oleh Milton Friedman dimana lebih mengutamakan *shareholders*, melihat tanggung jawab sosial perusahaan adalah

meningkatkan keuntungannya. Pada tahun 1970 Friedman mengeluarkan sebuah artikel berjudul *The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits*, menyimpulkan bahwa tidak benar jika perusahaan menyumbangkan dana milik perusahaan untuk lembaga-lembaga sosial, sebab dana tersebut merupakan milik pemegang saham. Dijelaskan pula bahwa penggunaan dana yang bukan ditujukan untuk meningkatkan keuntungan merupakan tindakan yang bertentangan dengan tujuan utama dari pendirian perusahaan.

Stakeholders theory merupakan hal yang sebaliknya, R. Edward Freeman memandang persoalan tanggung jawab sosial dari sisi pihak-pihak yang terpengaruh oleh kebijakan perusahaan (Beauchamp dan Bowie, 1997). Jadi, *stakeholders* merupakan kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh aktivitas perusahaan (Daniri, 2006). Sehingga juga dapat dikatakan *stakeholders* adalah semua pihak yang memiliki kepentingan atau berhubungan dengan aktivitas perusahaan. Sedikitnya ada enam elemen yang dapat disebut sebagai *stakeholders* yaitu pemerintah, karyawan, pelaku bisnis, komunitas atau masyarakat, konsumen, dan pemilik perusahaan.

Menurut David Wheeler dan Maria Sinlanpaa dalam Daniri (2006) membagi *stakeholders* menjadi dua kategori berdasarkan prioritas yaitu:

- a. *Primary stakeholders* yaitu para pemegang saham, investor, karyawan dan manajer, pemasok dan rekan bisnis, serta masyarakat setempat.

- b. *Secondary stakeholders* yaitu pemerintah, institusi (asosiasi) bisnis, kelompok sosial kemasyarakatan, media, akademisi, dan pesaing.

Stakeholders dalam kegiatan bisnis dapat dibagi lebih detail menjadi *stakeholders* inti, *stakeholders* strategis, serta *stakeholders* lingkungan (Daniri, 2006). *Stakeholders* inti merupakan pihak-pihak yang berperan sangat penting dalam menunjang keberhasilan perusahaan. Selanjutnya, *stakeholders* strategis yaitu *stakeholders* yang dinilai vital terhadap kehidupan organisasi dan berperan dalam menilai ancaman serta peluang bagi perusahaan. Terakhir, *stakeholders* lingkungan yaitu pihak-pihak lain yang berada dalam lingkungan organisasi.

2.2.2 Organizational Legitimacy Theory

Dalam posisi sebagai bagian dari masyarakat, operasi perusahaan seringkali mempengaruhi masyarakat sekitarnya. Eksistensinya dapat diterima sebagai anggota masyarakat, sebaliknya eksistensinya pun dapat terancam bila perusahaan tidak dapat menyesuaikan diri dengan norma yang berlaku dalam masyarakat tersebut atau bahkan merugikan anggota komunitas tersebut. Oleh karena itu, perusahaan, melalui top manajemennya mencoba memperoleh kesesuaian antara tindakan organisasi dan nilai-nilai dalam masyarakat umum dan publik yang relevan atau *stakeholder*-nya (Dowling dan Pfeffer, 1975 dalam Haniffa dan Cooke, 2005; Ani, 2007).

Keselarasan antara tindakan organisasi dan nilai-nilai masyarakat ini tidak selamanya berjalan seperti yang diharapkan. Tidak jarang akan terjadi perbedaan potensial antara organisasi dan nilai-nilai sosial yang dapat mengancam legitimasi perusahaan. Bahkan menurut Sethi dalam Haniffa dan Cooke (2005); Ani (2007) hal ini dapat menghancurkan legitimasi organisasi yang berujung pada berakhirnya eksistensi perusahaan. Jadi bagi banyak perusahaan, memperoleh legitimasi adalah sesuatu yang penting bagi kelangsungan hidup perusahaan.

Suchman (1995) dalam Barkemeyer (2007) memberikan definisi mengenai *organisational legitimacy* sebagai berikut:

“Legitimacy is a generalized perception or assumption that the actions of an entity are desirable, proper, or appropriate within some socially constructed system of norms, values, beliefs, and definitions”.

Menurut Suchman (1995) dalam Barkemeyer (2007) terdapat dua penjelasan kuat mengenai *organisational legitimacy theory* dalam konteks CSR terutama dalam negara berkembang yaitu:

- *first, its capability to address more than profitmaximising motives creates a more complete picture of companies’ motives to engage in CSR, not merely focusing on the so-called business case of CSR.*
- *Second, organisational legitimacy is able to embrace cultural factors, which form different institutional pressures in different contexts.*

Nasi, Nasi, Philips, and Zyglidopoulos, 1997 dalam Nurhayati, Brown, dan Tower, 2006 mengatakan bahwa *“Legitimacy theory focuses of the adequacy of corporate social behaviour”*. Ini berarti bahwa *society judge*

organisasi berdasarkan atas *image* yang akan mereka ciptakan untuk diri mereka sendiri. Selanjutnya organisasi dapat menetapkan legitimasi mereka dengan memadukan antara kinerja perusahaan dengan ekspektasi atau persepsi publik (Henderson et al, 2004 dalam Nurhayati, *et al*, 2006). Ketika terdapat *gap* antara *societal expectations* dan *social behavior* perusahaan, maka akan muncul masalah legitimasi (Nasi *et al*, 1997 dalam Nurhayati *et al* 2006).

Perusahaan multinasional atau dengan kepemilikan asing utamanya melihat keuntungan legitimasi berasal dari para *stakeholder*-nya dimana secara tipikal berdasarkan atas *home market* (pasar tempat beroperasi) yang dapat memberikan eksistensi yang tinggi dalam jangka panjang (Suchman, 1995 dalam Barkemeyer, 2007). Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan salah satu media yang dipilih untuk memperlihatkan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat di sekitarnya. Penelitian Neu, dkk (1998) dalam Basamalah dan Jeremias (2005); Ani (2007) menemukan bahwa perusahaan secara sukarela mengungkapkan masalah-masalah sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan mereka hanya jika aktivitas ini dianggap penting oleh manajemen untuk memperoleh kesan baik dari masyarakat demi menegakkan legitimasi perusahaan.

2.2.3 Brand Image dan Coporate Reputation

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh *United States-based Business for Social Responsibility* (BSR), banyak sekali keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan yang telah mempraktekkan *corporate social responsibility* antara lain:

- Meningkatkan kinerja keuangan.
- Mengurangi biaya operasional
- Meningkatkan *brand image* dan *corporate reputation*
- Meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan

Apabila dikembangkan dengan baik, program *corporate social responsibility* akan menciptakan suatu kaitan emosional antara masyarakat dengan perusahaan yang nantinya akan berdampak pada *brand awareness*, dan lama-kelamaan akan berkembang menjadi *brand loyalty* yang akan menciptakan ekuitas merek yang menguntungkan bagi perusahaan (Temporal dan Trott, 2005:37 dalam Mawarsari 2006).

Charles Fombrun (1996) dalam Brooks (2007) mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi *corporate reputation* adalah *credibility*, *reliability*, *trustworthiness*, dan *responsibility*. Tanggung jawab disini, tidak hanya merupakan tanggung jawab perusahaan kepada *shareholder* tetapi juga kepada *stakeholder*, dimana tanggung jawab sosial merupakan salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan kepada *stakeholder*-nya.

Sejalan dengan reputasi, kekuatan merek juga bisa dibangun melalui kegiatan-kegiatan yang tidak berhubungan langsung dengan

sales. *Brand image* yang tinggi juga dapat dibangun melalui kegiatan-kegiatan yang terangkum dalam *corporate social responsibility*, dimana perusahaan melakukan sinergi dengan mengkaji secara komprehensif situasi, dan isu sosial maka organisasi dapat memperoleh peta sosial lengkap dalam konteks dinamika sosial masyarakat di sebuah tempat tertentu (Kartajaya, 2005). Sebagaimana yang dilakukan oleh Anita Roddick dengan “*The Body Shop*”. Salah satu bentuk CSR-nya adalah membeli produk langsung dari komunitas atau suku asli yang membudidayakan tanaman di daerahnya, seperti *Brazilian Nut*. Hal lain yang juga dilakukan perusahaan kosmetik dan perawatan kesehatan ini adalah membuat semua produknya melalui proses yang ramah lingkungan.

2.3 Praktek CSR di Indonesia

Setidaknya ada tiga alasan penting mengapa kalangan dunia usaha mesti merespon dan mengembangkan isu tanggung jawab sosial sejalan dengan operasi usahanya. Pertama, perusahaan adalah bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat. Kedua, kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme. Ketiga, kegiatan tanggung jawab sosial merupakan salah satu cara untuk meredam atau bahkan menghindari konflik sosial (Daniri, 2008).

Program yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam kaitannya dengan tanggung jawab sosial di Indonesia dapat digolongkan dalam tiga bentuk (Daniri, 2008), yaitu:

1. *Public Relations*: Usaha untuk menanamkan persepsi positif kepada komunitas tentang kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan.
2. Strategi defensif: Usaha yang dilakukan perusahaan guna menangkis anggapan negatif komunitas yang sudah tertanam terhadap kegiatan perusahaan, dan biasanya untuk melawan serangan negatif dari anggapan komunitas. Usaha CSR yang dilakukan adalah untuk merubah anggapan yang berkembang sebelumnya dengan menggantinya dengan yang baru yang bersifat positif.
3. Kegiatan yang berasal dari visi perusahaan: melakukan program untuk kebutuhan komunitas sekitar perusahaan atau kegiatan perusahaan yang berbeda dari hasil dari perusahaan itu sendiri.

Program pengembangan masyarakat di Indonesia dapat dibagi dalam tiga kategori, (Daniri, 2008) yaitu:

- a. *Community Relation* yaitu kegiatan-kegiatan yang menyangkut pengembangan kesepahaman melalui komunikasi dan informasi kepada para pihak yang terkait. Dalam kategori ini, program lebih cenderung mengarah pada bentuk-bentuk kedermawanan (*charity*) perusahaan.

- b. *Community Services* merupakan pelayanan perusahaan untuk memenuhi kepentingan masyarakat atau kepentingan umum. Inti dari kategori ini adalah memberikan kebutuhan yang ada di masyarakat dan pemecahan masalah dilakukan oleh masyarakat sendiri sedangkan perusahaan hanyalah sebagai fasilitator dari pemecahan masalah tersebut.
- c. *Community Empowering* adalah program-program yang berkaitan dengan memberikan akses yang lebih luas kepada masyarakat untuk menunjang kemandiriannya, seperti pembentukan usaha industri kecil lainnya yang secara alami anggota masyarakat sudah mempunyai pranata pendukungnya dan perusahaan memberikan akses kepada pranata sosial yang ada tersebut agar dapat berlanjut. Dalam kategori ini, sasaran utama adalah kemandirian komunitas.

Badan Usaha Milik Negara (BUMN) merupakan perusahaan yang sudah melakukan aktivitas tanggung jawab sosial, dimana BUMN memiliki kewajiban PKBL (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan) yang didasarkan pada SK No.236/MBU/2003. Dalam SK tersebut ditegaskan bahwa BUMN harus meningkatkan perannya dalam kepedulian terhadap lingkungan (*community development*) dan pembinaan koperasi, usaha kecil dan menengah dalam program kemitraan. Hanya saja, Laporan Aktivitas PKBL tidak banyak diketahui oleh masyarakat dan masyarakat juga tidak mengerti bagaimana cara mengakses laporan tersebut. Dengan maraknya

isu tanggung jawab sosial belakangan ini, membuat BUMN terutama BUMN yang *go public*, juga memasukkan aktivitas PKBL dalam laporan tahunan perusahaan sebagai bentuk aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan.

2.4 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Informasi merupakan kebutuhan yang mendasar bagi para investor dan calon investor untuk pengambilan keputusan. Adanya informasi yang lengkap, akurat serta tepat waktu memungkinkan investor dapat mengambil keputusan secara rasional sehingga dapat hasil yang diperoleh pun sesuai dengan harapan.

Saat ini, para *stakeholder* tidak hanya membutuhkan informasi yang berkaitan dengan kinerja keuangan, mereka juga membutuhkan informasi yang berkaitan dengan masalah-masalah sosial dan lingkungan. Publik mulai kritis terhadap berbagai kritikan akan peran perusahaan di tengah masyarakat yang dapat menciptakan masalah sosial, polusi, sumber daya, limbah, mutu produk, tingkat keamanan produk, serta hak dan status tenaga kerja.

Lako (2003) mendefinisikan pengungkapan sosial dan lingkungan sebagai pengungkapan informasi yang terkait dengan aspek-aspek interaksi antara organisasi perusahaan dengan lingkungan fisiknya (alam). Oleh karena itu, pelaporan informasi sosial dan lingkungan mencakup informasi mengenai:

- Kontribusi lingkungan alam, energi, dan sumber daya manusia (karyawan)
- Keterlibatan masyarakat terhadap aktivitas bisnis dan kinerja keuangan perusahaan
- Dampak-dampak ekonomi, sosial, dan ekologi yang positif dan negatif dari aktivitas bisnis perusahaan terhadap lingkungan alam, energi, karyawan, dan masyarakat serta *stakeholder* lainnya
- Kontribusi perusahaan untuk mengatasi masalah-masalah sosial, ekonomi, dan lingkungan.

Inisiatif-inisiatif sosial yang dilakukan oleh banyak perusahaan cenderung tidak akan memiliki manfaat yang maksimal apabila perusahaan tersebut tidak menuangkan tindakan-tindakan yang dilakukannya dalam sebuah pengungkapan informasi. Perusahaan dapat menarik perhatian lebih banyak analis, meningkatkan akurasi ekspektasi pasar, menurunkan kejutan pasar (*market surprise*) dengan melakukan pengungkapan yang lebih luas (Lang dan Lundholm, 1996), dalam Aryati (2006).

Hely dan Palepu (1993), dalam Aryati (2006), mengungkapkan pengungkapan sukarela juga dapat membantu investor dalam memahami strategi bisnis manajemen. Pengungkapan informasi yang memadai diberikan oleh perusahaan karena mempunyai kepentingan yaitu adanya harapan mengenai dampak positif dari pengungkapan informasi yang

disampaikan. Manajemen akan memberikan dan mengungkapkan informasi secara sukarela dipengaruhi biaya dan manfaat yang diperoleh. Berdasarkan laporan *Social Investment Forum* pada laporan *Socially Responsible Investing* (SRI) di USA tahun 2001, *social investing* meningkat sampai dengan \$2.34 trillion. Hal ini disebabkan karena banyaknya investor yang mempertimbangkan isu sosial dan lingkungan (www.bsr.org).

Lewis & Unerman (1999) dalam Anggraini (2006) mengatakan bahwa variasi pelaporan tersebut disebabkan oleh budaya atau norma yang berlaku pada masing-masing negara. Di Indonesia sendiri terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial diatur dalam Undang-Undang No.40/2007 tentang Perseroan Terbatas yang baru resmi berlaku 16 Agustus 2007 yang menggantikan UU PT lama No.1/1995. Pasal 74 dalam UU tersebut hanya mewajibkan perusahaan yang melakukan kegiatan usahanya dibidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan kegiatan CSR. Hal ini membuat pengungkapan CSR di Indonesia juga masih bersifat sukarela (*voluntary*) terutama bagi perusahaan selain yang disebutkan dalam UU tersebut, bukan sebagai kewajiban (*mandatory*), sehingga diperlukan sebuah *political will* yang kuat dari pihak manajemen untuk mengungkapkan kinerja CSR-nya.

Idealnya, perusahaan yang menggelar program-program CSR juga membuat laporan sebagai fase akhir setelah serangkaian proses panjang dilewati; sejak desain, implementasi program, monitoring, hingga evaluasi.

Manfaatnya, selain bisa digunakan untuk bahan evaluasi terpadu, juga bisa menjadi alat komunikasi dengan *stakeholders*, termasuk mitra bisnis dan kalangan investor (Ikhsan, 2006).

2.5 GRI Sebagai Standar Pelaporan CSR

Global Reporting Initiative (GRI) merupakan sebuah kerangka laporan yang lazim dan diterima, yang bertujuan untuk mengkombinasikan laporan kinerja keuangan, lingkungan, dan kinerja sosial dengan format yang sama (Australia, 2000 dalam Finch, 2005). GRI juga merupakan pedoman yang memberikan *consensus* yang lebih baru dalam kerangka pelaporan kinerja perusahaan.

GRI diperkenalkan oleh CERES (*Coalition for Environmentally Responsible Economies*) pada tahun 1997. GRI dijadikan sebagai pedoman oleh banyak perusahaan di dunia dalam melaporkan aktivitas perusahaan yang berkaitan dengan aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial. Melalui GRI, perusahaan mendapatkan petunjuk dalam mempersiapkan laporan *sustainability*. GRI juga membantu perusahaan memperoleh gambaran keseimbangan kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial serta dapat mendukung *benchmarking* dan penilaian kinerja *sustainability*. Selain itu, GRI juga bertugas sebagai alat dalam hubungan dengan *stakeholder*. Salah satu tantangan GRI adalah mengakomodasikan beragam kebutuhan pengungkapan dan memenuhi harapan pengguna laporan dan *stakeholder*. Berikut ini adalah indikator GRI dalam pengungkapan CSR:

Tabel 2.1
Indikator GRI

Section	Dimension	Aspects
Economic	Economic	Economic Performance
		Market Presence
		Indirect Economic Impacts
Environmental	Environmental	Materials
		Energy
		Water
		Biodiversity
		Emissions, Effluents, and Waste
		Products and Services
		Compliance
		Transport
		Overall
		Social
Labor/Management Relations		
Occupational Health & Safety		
Training and Education		
Human Rights	Diversity and Equal Opportunity	
	Investment and Procurement Practices	
	Non-Discrimination	
	Freedom of Association and Collective Bargaining	
	Child Labor	
	Forced and Compulsory Labor	
	Security Practices	
Society	Indigenous Rights	
	Community	
	Corruption	
Product Responsibility	Public Policy	
	Anti-Competitive Behavior	
	Compliance	
	Customer Health and Safety	
	Product and Service Labeling	
	Marketing Communications	
Customer Privacy		
Compliance		

Sumber: GRI Sustainability 2006

2.6 Struktur Kepemilikan dan CSR

Laporan tahunan merupakan salah satu alat yang penting untuk mengatasi masalah keagenan antara manajemen dan pemilik. Ada potensi konflik kepentingan antara manajemen dan pemilik dalam hal luasnya ungkapan sukarela dalam laporan tahunan (Marwata, 2006). Sebagai pihak yang tidak mengikuti operasi perusahaan sehari-hari, pemilik menginginkan ungkapan informasi yang seluas-luasnya. Di lain pihak, ada dorongan bagi manajemen untuk selektif dalam melakukan pengungkapan informasi karena pengungkapan informasi mengandung biaya. Manajemen hanya akan mengungkapkan informasi jika manfaat yang diperoleh dari pengungkapan melebihi biaya pengungkapan tersebut (Marwata, 2006).

Struktur kepemilikan dan kontrol telah menjadi inti teori modern perusahaan yang menjadi perdebatan ilmiah sejak presentasi Berle dan Means (1932) dan pembahasan lebih formal oleh Kensen dan Meckling (1976) yang terkenal dengan *the Modern Corporation and Private Property* (Arif, 2006). Pemisahan antara kepemilikan dan kontrol, merupakan akar penyebab beberapa masalah keagenan, sehingga dalam hal ini dituntut suatu peran yang lebih aktif bagi para pemilik perusahaan (Fama dan Jensen, 1983 dalam Arif, 2006).

Pada struktur kepemilikan yang tersebar, mengakibatkan pemantauan yang lemah atas keputusan-keputusan yang diambil para manajer. Struktur kepemilikan yang lebih terkonsentrasi akan meminimalkan problem keagenan karena jalinan yang lebih kuat antara kepentingan para pemegang saham dan para manajer (Arif, 2006). Pada tipe perusahaan semacam ini, ada dua kelompok pemegang saham, yaitu:

- Kelompok pemegang saham pengendali
- Kelompok pemegang saham minoritas

Salah satu studi yang melibatkan struktur kepemilikan sebagai faktor yang mempengaruhi luas pengungkapan sukarela adalah Nurhayati *et al* (2006). Dalam studi Nurhayati *et al*, 2006 mengungkapkan bahwa faktor spesifik perusahaan yang membantu dalam menjelaskan praktik *voluntary disclosure* yang dibuat oleh perusahaan adalah karakteristik perusahaan, seperti *ownership structure* dan *board composition*. Penelitian

ini memasukkan enam variabel independen yaitu *size*, *economic performance*, *industry type*, *managerial ownership*, *block-holder ownership* and *board composition*. Variabel *size* dan tipe industri dalam penelitian ini memiliki hubungan yang signifikan terhadap *voluntary disclosures*. Sedangkan untuk struktur kepemilikan yang dilihat dari *managerial ownership* dan *block-holder ownership* menunjukkan hubungan yang tidak signifikan dengan *voluntary disclosure*. Dalam *block-holders ownership*, studi ini menemukan hubungan negatif antara *block-holder ownership structure* and tingkat *voluntary disclosure*. Nurhayati *et al* (2006) mengemukakan alasan hubungan negatif ini kemungkinan mencerminkan konsentrasi kepemilikan yang tinggi (65% rata-rata) pada perusahaan publik. Alasan lain yang memungkinkan bahwa kepemilikan di Indonesia secara umum tidak mempedulikan masalah lingkungan sebagai isu yang kritis yang harus secara ekstensif untuk diungkapkan dalam laporan tahunan.

2.6.1 Foreign Shareholders dan CSR Disclosures

Salah satu bentuk kepemilikan dalam struktur kepemilikan adalah kepemilikan asing (*Foreign Shareholders*). Di beberapa negara berkembang memperlihatkan total *foreign direct investment* mengalami peningkatan rata-rata dari 21% tahun 1981-90, menjadi 34.7% pada tahun 1991-2000. Africa memiliki rata-rata sebesar 1.7%, Latin America dan Caribbean 11.2%, dan dari 9% menjadi 18.8%. (<http://stat.unctad.org>). Dalam

puncak tahun 1996 sebesar 90.7 billion US dollars (38% of total FDI) masuk ke negara berkembang dimana Asia mengambil porsi 60.4%. Perusahaan publik di Indonesia pun tidak terlepas dari adanya porsi kepemilikan asing dalam jumlah saham yang beredar.

Dengan adanya kepemilikan asing dalam perusahaan maka perusahaan akan menghadapi tekanan permintaan informasi yang lebih banyak dan beragam. Kepemilikan asing dapat menjadi faktor yang mendorong pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, terutama investor yang berasal dari Eropa dan *United State*. Jadi, apabila perusahaan memiliki kontrak dengan *foreign stakeholders* baik dalam *ownership* dan *trade*, maka perusahaan akan lebih didukung dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial.

Penelitian Tanimoto dan Suzuki (2005) dalam melihat luas adopsi GRI dalam laporan tanggung jawab sosial pada perusahaan publik di Jepang dengan variabel antara lain ukuran perusahaan (yang diukur dengan penjualan), rasio *net profit to sales*, persentase *overseas sales*, kepemilikan asing, dan kepemilikan domestik, menunjukkan hasil adanya hubungan signifikan antara kepemilikan asing dan ukuran perusahaan (*sales*) terhadap luas adopsi GRI dalam laporan tanggung jawab sosial. Hasil ini membuktikan bahwa kepemilikan asing pada perusahaan publik di Jepang menjadi faktor pendorong terhadap adopsi GRI dalam pengungkapan tanggung jawab sosial.

Untuk kasus Indonesia, penelitian Susanto (1994) dalam Marwata (2006) meneliti luas pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan perusahaan yang terdaftar di BEJ dengan alat analisis regresi linear berganda, diperoleh hasil bahwa luas pengungkapan sukarela perusahaan dalam laporan tahunan lebih besar untuk perusahaan yang berbasis asing, dan untuk perusahaan yang mendaftarkan sahamnya sebelum Pakto 1987, akan tetapi pemilikan saham oleh investor asing dalam penelitian ini tidak memiliki hubungan dengan luas pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan. Selanjutnya, penelitian Marwata (2006) mengenai hubungan antara karakteristik perusahaan dan kualitas ungkapan sukarela dalam laporan tahunan 1995 perusahaan publik di Indonesia dengan sampel perusahaan selain industri keuangan dan menggunakan variabel *size*, *leverage*, likuiditas, basis perusahaan, umur emiten, penerbitan sekuritas, pemilikan asing, dan pemilikan publik bahwa tidak ada hubungan yang secara statistis signifikan antara struktur kepemilikan asing terhadap pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan perusahaan Indonesia.

2.6.2 Institutional Ownership dan CSR Disclosure

Kepemilikan yang juga dapat dilihat dalam struktur kepemilikan perusahaan di Indonesia adalah kepemilikan institusional. Kepemilikan institusional menggambarkan tingkat kepemilikan saham oleh institusional dalam perusahaan. Kepemilikan institusional adalah

kepemilikan saham perusahaan oleh institusi keuangan, seperti perusahaan asuransi, bank, dana pensiun, dan *asset management* (Koh, 2003; Veronica dan Bachtiar, 2005).

Tingkat kepemilikan institusional yang tinggi akan menimbulkan usaha pengawasan yang lebih besar oleh pihak investor institusional sehingga dapat menghalangi perilaku *opportunistic* manajer. Kepemilikan institusional umumnya bertindak sebagai pihak yang memonitor perusahaan. Perusahaan dengan kepemilikan institusional yang besar (lebih dari 5%) mengindikasikan kemampuannya untuk memonitor manajemen (Arif, 2006). Hal senada juga dikemukakan oleh Shleifer and Vishny (1986) dalam Barnae dan Rubin (2005) bahwa *institutional shareholders*, dengan kepemilikan saham yang besar, memiliki insentif untuk memantau pengambilan keputusan perusahaan.

Sewaktu mendiskusikan dampak adanya kemungkinan peran institusi pada CSR, beberapa perhatian seharusnya juga diberikan kepada *Socially Responsible Investing (SRI)*, yang merujuk pada keputusan investasi yang juga mempertimbangkan kriteria sosial. Tipe dana SRI akan menghindari kepemilikan saham pada perusahaan yang memiliki peringkat CSR lemah. Menurut *Social Investing Forum*, sebuah asosiasi yang berdedikasi untuk mempromosikan SRI, jumlah dana yang terlibat dalam SRI mencapai US\$2.2

trillion pada Desember 2003, terhitung hanya 11 persen yang dikelola di USA. Dan hanya, 20 persen dari jumlah ini yang diinvestasikan dalam

portfolio yang dikontrol oleh institusi dimana juga mempertimbangkan berbagai isu sosial dan lingkungan (Barnae dan Rubin 2005). Sebagai bentuk institusi memerlukan pengungkapan CSR terjadi pada perbankan Eropa, dimana perbankan di Eropa menerapkan kebijakan dalam pemberian pinjaman hanya kepada perusahaan yang mengimplementasikan CSR dengan baik.

Barnae dan Rubin (2005) melakukan penelitian untuk melihat CSR sebagai konflik berbagai *shareholder* dengan menggunakan variabel independen *insider ownership*, *institutional ownership*, dan *leverage* serta variabel kontrol asset, *market to book*, *return volatility*, dan umur perusahaan dengan sampel 2655 perusahaan di US, menunjukkan hasil bahwa ketiga variabel independen tidak memiliki hubungan terhadap CSR. Kepemilikan institusi dalam penelitian tersebut menggunakan persentase kepemilikan institusi dan *Herfindahl-Hirschman Index* (HHI) dengan konsentrasi pada 15 institusi teratas.

Penelitian berikutnya, Coffey and Fryxell (1991) dalam Graves dan Waddock (1994), menunjukkan hubungan negatif antara kepemilikan institusional dengan tanggung jawab sosial perusahaan di USA yang diukur dengan *Sullivan Principles*. Selanjutnya, Mani (2004) dalam Kasmadi dan Susanto (2006) menguji faktor-faktor yang menentukan luas pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan perusahaan di India. Ia menguji pengaruh independensi komisaris, *block holding*, *leverage*, *size*, dan *financial institution investment* (FII) terhadap luas pengungkapan

sukarela untuk sampel 30 perusahaan berbagai industri kecuali perusahaan keuangan. Hasilnya, independensi komisaris, *block holding*, dan *size* ditemukan signifikan terhadap luas pengungkapan sukarela sedangkan *financial institution investment* dan *leverage* tidak berhubungan secara signifikan terhadap pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan perusahaan di India.

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pengembangan Hipotesis

Seperti telah diuraikan pada Bab 1 bahwa penelitian ini ingin melihat secara empiris apakah struktur kepemilikan berpengaruh terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial (*CSR Disclosure*) pada laporan tahunan 2006 pada perusahaan publik di BEI. *Organizational*

Legitimacy Theory menjadi landasan teori yang digunakan dalam menguji pengaruh struktur kepemilikan dengan luas pengungkapan CSR perusahaan, terutama untuk struktur kepemilikan asing. Argumen yang dapat dikemukakan terhadap penggunaan teori legitimasi karena bagi banyak perusahaan, memperoleh legitimasi adalah sesuatu yang penting bagi kelangsungan hidup perusahaan.

3.1.1 Kepemilikan Asing

Perusahaan multinasional atau dengan kepemilikan asing utamanya melihat keuntungan legitimasi berasal dari para *stakeholder*-nya dimana secara tipikal berdasarkan atas *home market* (pasar tempat beroperasi) yang dapat memberikan eksistensi yang tinggi dalam jangka panjang (Suchman, 1995 dalam Barkemeyer, 2007). Sehingga perusahaan dengan kepemilikan asing memiliki *awareness* lebih terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Penelitian Tanimoto dan Suzuki (2005) dalam melihat luas adopsi GRI dalam laporan tanggung jawab sosial pada perusahaan publik di Jepang dengan variabel antara lain ukuran perusahaan (yang diukur dengan penjualan), rasio *net profit to sales*, persentase *overseas sales*, kepemilikan asing, dan kepemilikan domestik, menunjukkan hasil adanya hubungan signifikan antara kepemilikan asing dan ukuran perusahaan (*sales*) terhadap luas adopsi GRI dalam laporan tanggung jawab sosial sedangkan *net profit to sales*, persentase *overseas sales*, dan kepemilikan

domestik tidak signifikan terhadap luas adopsi GRI. Hasil ini membuktikan bahwa kepemilikan asing pada perusahaan publik di Jepang menjadi faktor pendorong terhadap adopsi GRI dalam pengungkapan tanggung jawab sosial.

Untuk kasus di Indonesia, Marwata (2006) menguji hubungan kepemilikan asing, kepemilikan publik, basis perusahaan, *asset*, umur perusahaan, *leverage*, likuiditas, dan penerbitan sekuritas sekitar tahun 1996 terhadap kualitas pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan perusahaan di BEJ. Hasil yang ditunjukkan sebaliknya, dimana variabel kepemilikan asing tidak berhubungan dengan luas pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan perusahaan. Variabel dalam penelitian ini yang secara signifikan memiliki hubungan dengan luas pengungkapan sukarela adalah *asset* dan penerbitan sekuritas sekitar tahun 1996 yang dilakukan perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian-penelitian tersebut, maka penulis menduga kepemilikan asing yang tinggi dalam perusahaan memiliki kecenderungan mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sehingga, hipotesis penelitian ini adalah:

H1: Kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR Disclosure).

3.1.3 Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional umumnya bertindak sebagai pihak yang memonitor perusahaan. Perusahaan dengan kepemilikan institusional yang besar (lebih dari 5%) mengindikasikan kemampuannya untuk memonitor manajemen (Arif, 2006). Peran institusi terhadap CSR, dengan mempertimbangkan pada *Socially Responsible Investing (SRI)*, jika pada keputusan investasi juga mempertimbangkan kriteria sosial dan lingkungan. Dalam SRI akan menghindari kepemilikan saham pada perusahaan yang memiliki peringkat CSR lemah. Berdasarkan hal tersebut, maka semakin besar kepemilikan institusional dalam perusahaan maka perusahaan akan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih luas.

Mani (2004) dalam Kasmadi dan Susanto (2006) menguji faktor-faktor yang menentukan luas pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan perusahaan di India menggunakan variabel-variabel independensi komisaris, *block holding*, *leverage*, *size*, dan *financial institution investment (FII)* untuk sampel 30 perusahaan berbagai industri kecuali perusahaan keuangan. Hasilnya, independensi komisaris, *block holding*, dan *size* ditemukan signifikan terhadap luas pengungkapan sukarela sedangkan *financial institution investment* dan *leverage* tidak berhubungan secara signifikan terhadap pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan perusahaan di India.

Penelitian mengenai kepemilikan institusi dan CSR pada perusahaan di US juga dilakukan oleh Barnea dan Rubin (2005). Mereka

melakukan penelitian untuk melihat CSR sebagai konflik berbagai *shareholder* dengan menggunakan variabel independen *insider ownership*, *institutional ownership*, dan *leverage* serta variabel kontrol asset, *market to book*, *return volatility*, dan umur perusahaan dengan sampel 2655 perusahaan di US. Kepemilikan institusi dalam penelitian tersebut menggunakan persentase kepemilikan institusi dan *Herfindahl-Hirschman Index* (HHI) dengan konsentrasi pada 15 institusi teratas. Pada penelitian tersebut juga mengklasifikasikan perusahaan yang terdaftar pada *Nasdaq*, *West Coast*, dan *S&P 500*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen; *insider ownership*, *institutional ownership*, dan *leverage* tidak memiliki hubungan terhadap CSR.

Penelitian ini akan mencoba menguji kembali pengaruh kepemilikan institusional terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan dengan mengemukakan hipotesis sebagai berikut:

H2: Kepemilikan Institusional berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR Disclosure).

3.2 Variabel Kontrol

Pada penelitian ini, terdapat tiga buah variabel kontrol untuk karakteristik industri dan perusahaan yaitu, ukuran perusahaan (*size*), tipe industri, serta kategori BUMN dan Non BUMN.

3.2.1 Tipe Industri

Roberts (1992) dalam Hackston & Milne (1996) mendefinisikan industri *high-profile* adalah industri yang memiliki visibilitas konsumen, risiko politis yang tinggi, atau menghadapi persaingan yang tinggi. Klasifikasi tipe industri oleh banyak peneliti sifatnya sangat subyektif dan berbeda-beda.

Anggraini (2006) melakukan penelitian dengan menggunakan variabel kepemilikan manajemen, *leverage*, *size*, tipe industri, dan profitabilitas terhadap luas pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan di BEJ tahun 2000-2004. Hubungan signifikan diperoleh hanya pada variabel tipe industri terhadap luas pengungkapan sosial. Pengelompokan industri dalam penelitian tersebut yaitu mengelompokkan menjadi industri konstruksi, pertambangan, pertanian, kehutanan, perikanan, kimia, otomotif, barang konsumsi, makanan dan minuman, kertas, farmasi dan plastik sebagai industri *high-profile*.

3.2.2 Ukuran Perusahaan (*Firm Size*)

Ukuran perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Disamping itu perusahaan besar merupakan emiten yang paling banyak disoroti oleh publik sehingga pengungkapan yang

lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan (Sembiring, 2005).

Penelitian Sembiring (2005) menggunakan *size* (jumlah tenaga kerja), *profile*, *leverage*, profitabilitas (EPS), dan ukuran dewan komisaris dalam melihat hubungannya dengan luas pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan pada perusahaan publik tahun 2002 dengan jumlah sampel 78 perusahaan. Hasil regresi menunjukkan hasil hubungan signifikan antara *size*, *profile*, dan ukuran dewan komisaris terhadap luas pengungkapan sosial dalam laporan tahunan.

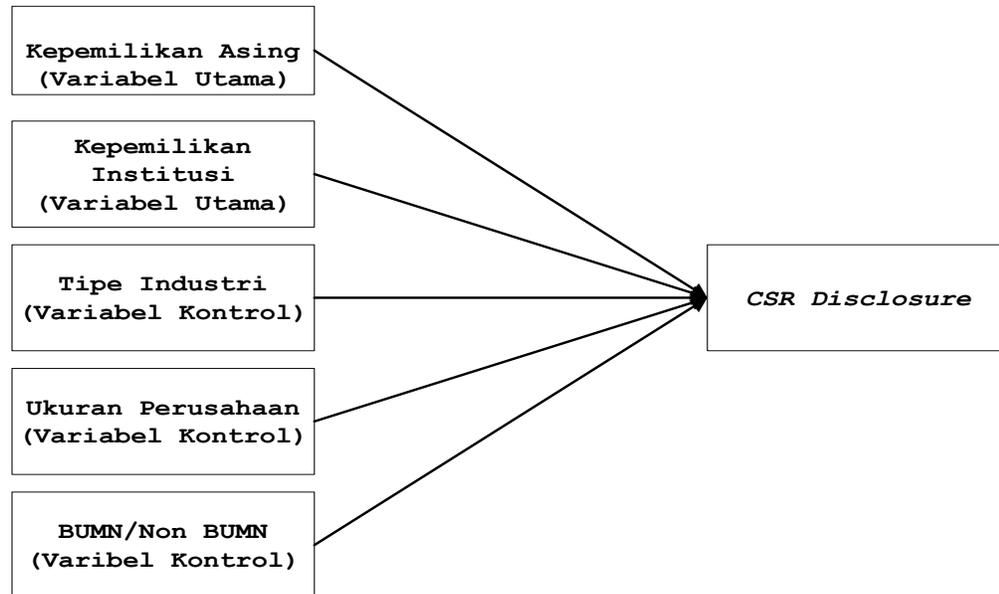
3.2.3 Kategori BUMN dan Non BUMN

Variabel kontrol selanjutnya adalah memasukkan kategori BUMN dan Non BUMN. Hal ini karena BUMN memiliki kewajiban PKBL (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan) yang didasarkan pada SK No.236/MBU/2003. Dalam SK tersebut ditegaskan bahwa BUMN harus meningkatkan perannya dalam kepedulian terhadap lingkungan (*community development*) dan pembinaan koperasi, usaha kecil dan menengah dalam program kemitraan. Dengan adanya kewajiban PKBL tersebut, maka perusahaan BUMN diduga akan membuat pengungkapan CSR lebih luas.

3.3. Kerangka Pemikiran

Adapun kerangka pemikiran untuk mempermudah menggambarkan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 3.1
Kerangka Pemikiran



3.4 Model Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan model regresi berganda dalam bentuk sebagai berikut:

$$CSDI_i = \beta_0 + \beta_1 ASING_i + \beta_2 INST_i + \beta_3 TIPE_i + \beta_4 AKT_i + \beta_5 BUMN/NON_i + \varepsilon_i$$

dimana:

CSDI : *Corporate Social Disclosure Index* perusahaan j
berdasarkan GRI

ASING_i : persentase kepemilikan asing (> 5%)

INST_i : persentase kepemilikan institusi

TIPE_I : Tipe Industri

SIZE_i : Ukuran perusahaan

BUMN/Non : Perusahaan BUMN = 1, Non BUMN = 0

$\beta_0 - \beta_2$: Koefisien yang di estimasi

ε_i : *error term*

i : 1,2,..., N

dimana N : banyaknya observasi

3.5 Operasionalisasi Variabel

3.5.1 Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Disclosure Index* (CSDI). Indikator yang digunakan untuk mengukur CSDI adalah Indikator GRI. Penelitian ini terinspirasi dari penelitian Tanimoto dan Suzuki (2005) yang meneliti partisipasi perusahaan di Jepang dalam mengadopsi GRI pada pengungkapan CSR. CSDI yang digunakan dalam penelitian ini dikategorikan berdasarkan *Global Reporting Initiative* (GRI) 2006.

Content Analysis untuk melihat pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan menggunakan nilai 1 jika terdapat pengungkapan sesuai dengan indikator GRI dan nilai 0 jika tidak terdapat pengungkapan atau pengungkapan tidak sesuai dengan indikator GRI.

3.5.1.1 CSDI GRI

Informasi mengenai *Corporate Social Disclosure Index* (CSDI) berdasarkan GRI yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari website www.globalreporting.org. GRI terdiri dari 3 fokus pengungkapan, yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial sebagai dasar *sustainability reporting*. Mengingat masih sedikitnya perusahaan di Indonesia yang melaporkan kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungannya dalam bentuk *sustainability reporting* (dan masih bersifat sukarela bagi perusahaan yang tidak berkaitan langsung dengan sumber daya alam), maka penelitian ini pun terbatas hanya pada pengungkapan CSR yang terdapat dalam laporan tahunan perusahaan, selain itu juga agar tidak terjadi kesenjangan antara perusahaan yang sudah membuat *sustainability reporting* dengan perusahaan yang belum membuat.

3.5.1.2 Indikator GRI

Indikator utama dalam GRI adalah indikator kinerja ekonomi (*economic performance indicators*), kinerja lingkungan (*environment performance indicators*), kinerja sosial (*society performance indicators*), kinerja hak asasi manusia (*human rights performance indicators*), kinerja

praktik kerja (*labor practices & decent works performance indicators*), dan kinerja tanggung jawab produk (*product responsibility performance indicators*).

Indikator kinerja ekonomi (*economic*) terdiri dari (1) aspek kinerja ekonomi, (2) aspek kehadiran pasar (*market presence*), (3) aspek dampak ekonomi tak langsung (*indirect economy impact*). Untuk indikator kinerja lingkungan (*environment*) terdiri dari (1) aspek material (*materials*), (2) aspek energi (*energy*), (3) aspek air (*water*), (4) aspek keanekaragaman hayati (*biodiversity*), (5) aspek emisi dan sisa pembuangan (*emissions, effluents, & waste*), (6) aspek produk dan jasa (*product & services*), (7) aspek ketaatan (*compliance*), (8) aspek transportasi (*transport*), dan (9) aspek keseluruhan (*overall*). Sedangkan untuk kinerja sosial (*society*) terdiri dari (1) aspek komunitas (*community*), (2) aspek korupsi (*corruption*), (3) aspek kebijakan publik (*public policy*), (4) aspek perilaku anti bersaing (*anti-competitive behaviour*), dan aspek ketaatan (*compliance*).

Untuk kinerja hak asasi manusia (*human rights*) terdiri dari (1) aspek praktik investasi dan pembelian (*investment & procurement practices*), (2) aspek non diskriminasi (*non-discrimination*), (3) aspek kebebasan berkumpul (*freedom of association & collective bargaining*), (4) aspek tenaga kerja anak (*child labor*), (5) aspek paksaan kerja (*forced & compulsory labor*), (6) aspek praktik keamanan (*security practices*), (7) aspek hak asasi pribumi (*indigenous rights*). Untuk kinerja praktik kerja (*labor practices*) terdiri dari (1) aspek karyawan (*employment*), (2) aspek

hubungan karyawan/manajemen (*labor/management relations*), (3) aspek kesehatan dan keselamatan kerja (*occupational health & safety*), (4) aspek pelatihan dan pendidikan (*training & education*), (5) aspek perbedaan dan hak untuk mendapatkan kesempatan yang sama (*diversity & equal opportunity*). Sedangkan untuk kinerja tanggung jawab produk (*product responsibility*) terdiri dari (1) kesehatan dan keselamatan pelanggan (*customer health & safety*), (2) penamaan produk dan jasa (*product & service labelling*), (3) aspek komunikasi pemasaran (*marketing communication*), (4) aspek kerahasiaan pelanggan (*customer privacy*), dan (5) aspek ketaatan (*compliance*).

Dalam penelitian ini, menggunakan indikator GRI *Full* sebanyak 79 butir yang dilaporkan oleh perusahaan dalam laporan tahunan 2006.

3.5.2 Variabel Independen

3.5.2.1 Kepemilikan Asing

Perusahaan yang sahamnya dimiliki pihak asing menghadapi tekanan permintaan akan informasi yang lebih banyak selain pihak asing juga lebih *concern* terhadap masalah lingkungan dan sosial. Sehingga, semakin besar porsi saham yang dimiliki pihak asing (lebih dari 5%) maka akan semakin beragam informasi yang dibutuhkan, sehingga diperkirakan perusahaan memiliki kecenderungan untuk mengungkapkan CSR juga akan meningkat (Marwata, 2006). Kepemilikan asing dalam penelitian ini

menggunakan persentase pemilikan saham asing (>5%) yang dilihat dalam laporan tahunan perusahaan untuk tahun 2006.

3.5.2.2 Kepemilikan Institusi

Kepemilikan institusi merupakan kepemilikan oleh institusi keuangan seperti perbankan, perusahaan asuransi, dana pension, dan *asset management* (Koh, 2003; Veronica dan Bachtiar, 2005). Kepemilikan institusional umumnya bertindak sebagai pihak yang memonitor perusahaan sehingga perusahaan dengan porsi kepemilikan institusi yang besar diduga memiliki kemampuan memonitor lebih baik. Kepemilikan institusi (>5%) dalam penelitian ini menggunakan persentase pemilikan saham asing yang dilihat dalam laporan tahunan perusahaan untuk tahun 2006.

3.5.3 Variabel Kontrol

3.5.3.1 Tipe Industri

Pada penelitian ini industri yang dikategorikan sebagai *high profile* adalah industri di bidang migas, pertambangan, kertas, agrobisnis, dan telekomunikasi. Alasan pemilihan industri tersebut adalah perusahaan-perusahaan tersebut merupakan *regulated company*. Adapun regulasi yang berkaitan dengan bidang-bidang tersebut antara lain:

- Undang-Undang Minyak dan Gas Bumi No. 22 Tahun 2001
- Undang-Undang Pertambangan Umum No. 11 Tahun 1967

- Undang-Undang No.23 Tahun 1997 mengenai Kinerja Pengelolaan Lingkungan Perusahaan
- Undang-Undang Telekomunikasi No.36 Tahun 1999 dimana menyatakan bahwa dalam penyelenggaraan telekomunikasi salah satunya mengikutsertakan peran masyarakat.
- Peraturan yang berhubungan dengan Hak Pengelolaan Hutan.

Perusahaan yang dimasukkan dalam tipe *high profile* diberi angka 1 sedangkan perusahaan yang dimasukkan dalam *low profile* diberi angka 0.

3.5.3.2 Ukuran Perusahaan (*Firm Size*)

Dalam penelitian ini, jumlah aktiva (*log asset*) yang dimiliki oleh perusahaan yang diperoleh dari laporan tahunan perusahaan untuk tahun 2006 merupakan proksi dari ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol.

3.5.3.3 Kategori BUMN dan Non BUMN

Perusahaan yang dimasukkan dalam kategori BUMN diberi angka 1 sedangkan perusahaan yang dimasukkan dalam Non BUMN diberi angka 0.

3.6 Prosedur Pengumpulan Data

Prosedur atau metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode dokumentasi atau kutipan langsung dari berbagai sumber. Data-data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang berasal dari:

1. Pusat Referensi Pasar Modal di Bursa Efek Indonesia, terutama untuk data laporan keuangan dan *annual report* perusahaan sampel pada tahun 2006.
2. *Website* Bursa Efek Indonesia (BEI), www.idx.co.id dan www.jsx.co.id.
3. *Website online* yang disediakan oleh perusahaan sampel, sebagai upaya untuk melengkapi data laporan tahunan yang diperlukan.
4. Bahan literatur pendukung lainnya, seperti buku-buku yang terkait dengan akuntansi sosial, *corporate social responsibility*, ataupun buku/dokumen/*website* lainnya, serta data-data dari penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

3.7 Populasi dan Pemilihan Sampel

Unit analisa dalam penelitian ini adalah perusahaan. Sedangkan populasi penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2006. Selanjutnya kriteria untuk pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan publik yang tercatat di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2006 dengan laporan tahunan atau laporan keuangan perusahaan sampel tahun 2006

tersedia secara lengkap, baik secara fisik di BEI, *website* BEI maupun perusahaan. Penelitian ini hanya melihat pelaporan tanggung jawab sosial pada laporan tahunan perusahaan.

Dari 348 perusahaan yang tercatat di BEI pada tahun 2006, beberapa perusahaan terpaksa harus dikeluarkan karena masalah yang berkaitan dengan ketersediaan dan kelengkapan informasi yang dibutuhkan dalam pengujian, sehingga sampel akhir menjadi 107 perusahaan.

Tabel 3.1

Perolehan Sampel Penelitian

Jumlah Perusahaan Publik Tahun 2006	348
Data tidak berhasil diperoleh secara fisik baik di BEI maupun melalui website	152
Data yang tersedia secara fisik (dari website perusahaan, website idx & jsx, maupun dari BEI langsung)	196
Data rusak (adobe tidak bisa dibuka)	51
Data tidak lengkap, hanya ada laporan keuangan saja	38
Sampel Data yang Digunakan	107

3.8 Analisis Data

3.8.1 Metode Pengujian

Pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis untuk membantu mengungkapkan secara empiris pengaruh struktur kepemilikan, tipe industri, dan ukuran perusahaan terhadap luas pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan. Metode pengujian yang digunakan adalah model regresi linear berganda.

Regresi linear berganda harus memiliki taksiran atau parameter dalam model yang bersifat BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*). Asumsi yang harus dipenuhi adalah (Nachrowi dan Usman, 2006):

1. $E(u_i) = 0$
2. $Cov(u_i, u_j) = 0; i \neq j$
3. $Var(u_i | x_i) = \sigma$ sama untuk setiap i (*homoscedasticity*)
4. $Cov(u_i, x_i) = 0$
5. Model regresi dispesifikasikan secara benar
6. Tidak ada hubungan linear (*collinearity*) antara *regressor*

Oleh karena itu, agar penelitian ini dapat memenuhi asumsi *BLUE* di atas, maka perlu dilakukan pengujian terhadap model regresi sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, karena uji-t dan uji-F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal (Ghozali, 2005:110). Pengujian normalitas dilakukan terhadap nilai *unstandardized residual* dari model regresi dengan menggunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Data dikategorikan berdistribusi normal jika menghasilkan nilai *asymptotic significance* $> \alpha=5\%$. Uji normal juga dapat dilihat dari *Normal Probability*

Plot yang memperlihatkan titik-titik data membentuk pola linear sehingga konsisten dengan distribusi normal (Uyanto, 2006).

b. Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah hubungan linear yang hampir sempurna atau bahkan sempurna diantara beberapa atau semua variabel independen dari model regresi (Sulaiman, 2004). Bila hal ini terjadi, maka koefisien regresi berganda tidak mungkin dapat ditaksir (Nachrowi dan Usman, 2006).

Untuk menguji apakah model terbebas dari multikolinearitas, dapat diketahui dari nilai VIF. Apabila $VIF > 10$ (Hair, 1998), maka dianggap mengalami multikolinearitas. Dan jika nilai TOL semua variabel independen dalam penelitian lebih besar dari 0,10 maka hal ini menunjukkan tidak ada korelasi antar variabel bebas.

c. Heteroskedastis

Masalah asumsi klasik lainnya adalah heteroskedastis. Heteroskedastis terjadi bila nilai β tidak lagi memiliki nilai variansi minimum dan terbaik (Nachrowi dan Usman, 2006).

Metode untuk menguji adanya masalah heteroskedastis adalah dengan menggunakan *Uji-White* (Nachrowi dan Usman, 2006). Metode *Uji-White* menggunakan residual kuadrat sebagai variabel dependen, dan variabel independennya terdiri atas variabel independen yang sudah ada,

ditambah dengan kuadrat variabel independen, ditambah lagi dengan perkalian dua variabel independen. Jika nilai probabilitas *Obs*R-squared* lebih kecil dari $\alpha = 5\%$, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut bersifat heteroskedastis.

Metode lain yang dapat dilakukan melalui gambar penyebaran nilai-nilai residual terhadap nilai-nilai prediksi. Jika penyebarannya menunjukkan pola tertentu, maka telah terjadi *heteroskedastisitas* (Nachrowi dan Usman, 2006).

c. Autokorelasi

Autokorelasi adalah adanya korelasi antara variabel itu sendiri, pada pengamatan yang berbeda waktu atau individu (Nachrowi dan Usman, 2006). Ada atau tidaknya autokorelasi dapat dideteksi dengan menggunakan uji Durbin Watson (*DW-test*). Uji Durbin Watson hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*first order autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya *intercept* (konstanta) dalam model regresi yang tidak ada variabel lag diantara variabel independen.

Tabel 3.2

Pengujian Autokorelasi dengan Uji Durbin Watson (DW)

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d \leq dl$
Tidak ada autokorelasi positif	<i>No decision</i>	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada korelasi negatif	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada korelasi negatif	<i>No decision</i>	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$

Tidak ada autokorelasi, positif atau negatif	Tidak ditolak	$du < d < 4-du$
--	---------------	-----------------

Sumber: Ghozali, 2005:96

Sebagai pedoman umum, bila nilai uji statistik Durbin-Watson lebih kecil dari satu atau lebih besar dari tiga, maka *residuals* atau *error* dari model regresi berganda tidak bersifat independen atau terjadi autokorelasi (Uyanto, 2006).

3.8.2 Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui kecocokan keseluruhan model. Bentuk uji F ini adalah ebagai berikut:

$$H_0 : H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_i = 0$$

$$H_1 : \beta_1/\beta_2\dots \neq 0$$

Bila hasilnya adalah $H_0 : H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_i = 0$, maka seluruh koefisien secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika hasil yang diperoleh adalah $H_1: \beta_1/\beta_2 \neq 0$, maka terdapat pengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara keseluruhan (Sayekti, 2006).

Penghitungan nilai F dilakukan berdasarkan rumus (Gujarati, 2003) sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2 / (k - 1)}{(1 - R^2)(n - k)}$$

Pengambilan keputusan dilakukan dengan cara membandingkan F hitung dengan F tabel. Jika F hitung > F tabel, maka H_0 ditolak atau paling tidak terdapat 1 slope yang signifikan secara statistik.

Cara lain untuk pengambilan keputusan uji F adalah berdasarkan probabilitas sebagai berikut:

- Jika *p-value* < 0,05, maka H_0 ditolak
- Jika *p-value* > 0,05, maka H_0 diterima

3.8.3 Uji t

Uji t digunakan untuk melihat signifikansi masing-masing variabel. Bila terbukti $\beta = 0$, maka koefisien tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, bila hasil pengujian menunjukkan $\beta \neq 0$, maka koefisien tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (Uyanto, 2006).

Cara lain yang dapat digunakan untuk melihat signifikansi dari setiap variabel adalah dengan membandingkan nilai *sig.* pada hasil output SPSS 12.0 dengan tingkat keyakinan yang digunakan dalam penelitian (misal $\alpha = 5\%$). Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- Jika *sig.* < 0,05, maka H_0 ditolak (signifikan)
- Jika *sig.* > 0,05, maka H_0 diterima (tidak signifikan)

Pada Tabel 4.11, menunjukkan nilai B Log_Asset sebagai variabel ukuran perusahaan sebesar 0,18 yaitu jika *asset* perusahaan meningkat Rp1, maka CSDI akan naik sebesar 0,18.

Analisis selanjutnya yaitu uji t dengan melihat nilai signifikansi dari variabel kontrol ukuran perusahaan dengan menggunakan proksi Log *asset* memiliki nilai *sig* sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya, ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial (*CSR Disclosure*) dalam laporan tahunan. Nilai ini membuktikan premis bahwa tanggung jawab sosial dipengaruhi oleh ukuran perusahaan, dimana perusahaan besar cenderung mengungkapkan informasi yang lebih luas, sebagai upaya mengurangi biaya keagenan (Jensen dan Meckling, 1976). Ini juga menjelaskan bahwa perusahaan yang lebih besar akan melakukan lebih banyak aktivitas CSR yang memberikan dampak kepada masyarakat dan lingkungan dan akan mengungkapkan lebih banyak mengenai aktivitas CSR yang dilakukan dalam laporan tahunan perusahaan.

Hasil ini mendukung penelitian-penelitian terdahulu bahwa semakin besar perusahaan maka inisiatif dalam melakukan serta mengungkapkan CSR akan semakin tinggi. Penelitian Chow dan Wong-Boren (1987) dalam melihat karakteristik yang mempengaruhi pengungkapan sukarela pada laporan tahunan perusahaan di Mexico dengan memasukkan variabel *size*, menunjukkan *size* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan sukarela. Tanimoto dan Suzuki

(2005) dalam penelitian melihat luas adopsi GRI dalam laporan tanggung jawab sosial pada perusahaan di Jepang dengan salah satu variabel ukuran perusahaan (yang diukur dengan penjualan), menunjukkan hasil adanya hubungan signifikan antara kedua variabel tersebut.

➤ **Tipe Industri**

Berdasarkan hasil pengujian yang diperoleh pada Tabel 4.11, menunjukkan nilai B tipe industri sebagai variabel kontrol sebesar 0,025 artinya jika industri yang dikategorikan dalam *high profile* meningkat 1 unit, maka CSDI akan naik sebesar 0,025.

Selanjutnya uji t dengan melihat nilai signifikansi dari variabel kontrol tipe industri sebesar $0,014 < 0,05$, menunjukkan bahwa variabel tipe industri berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial. Hasil ini berhasil mendukung prediksi bahwa perusahaan *high profile* dalam penelitian ini, yaitu perusahaan migas, pertambangan, kertas, agrobisnis, dan telekomunikasi karena merupakan *regulated company*, memiliki pengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Hasil ini sesuai dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Penelitian Kasmadi dan Susanto (2006) menguji faktor-faktor yang mempengaruhi luas pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan perusahaan dengan menggunakan variabel *size*, tingkat *return*, *leverage*, basis perusahaan, dan tipe perusahaan. Hasil penelitian dengan regresi menunjukkan

leverage, basis, dan tipe perusahaan berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan. Selanjutnya, Anggraini (2006) melakukan penelitian dengan menggunakan variabel kepemilikan manajemen, *leverage*, *size*, tipe industri, dan profitabilitas terhadap luas pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan di BEJ. Hubungan signifikan diperoleh hanya pada variabel tipe industri terhadap luas pengungkapan sosial.

➤ **Perusahaan BUMN dn Non BUMN**

Varibel kontrol berikutnya adalah kategori perusahaan BUMN dan Non BUMN. Dari hasil pengujian yang diperoleh pada Tabel 4.11, menunjukkan nilai B sebesar 0,018 artinya jika industri yang dikategorikan dalam BUMN meningkat 1 unit, maka CSDI akan naik sebesar 0,018.

Dari hasil uji t dengan melihat nilai signifikansi dari variabel kontrol BUMN sebesar $0,130 > 0,05$, menunjukkan bahwa variabel BUMN tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial. Ini berarti BUMN belum sepenuhnya menganggap penting pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan. Hasil ini dapat menjadikan motivasi bagi perusahaan BUMN selain meningkatkan aktivitas CSR juga dapat meningkatkan ungkapan CSR kepada masyarakat salah satunya melalui laporan tahunan.

4.5.2 Hasil Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui kecocokan keseluruhan model. Bentuk uji F ini adalah sebagai berikut:

$$H_0 : H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_i = 0$$

$$H_1 : \beta_1/\beta_2\dots \neq 0$$

Bila hasilnya adalah $H_0 : H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_i = 0$, maka seluruh koefisien secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika hasil yang diperoleh adalah $H_1: \beta_1/\beta_2 \neq 0$, maka terdapat pengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara keseluruhan (Sayekti, 2006).

Tabel 4.13

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,544(a)	,296	,261

a Predictors: (Constant), BUMN, Log_Asset, Shm_Inst, Tipe, Shm_Asing

Sumber: Data diolah dengan SPSS 12

Dalam pengujian secara simultan untuk model penelitian ini, tingkat pengaruh variabel independen (Shm_Asing, Shm_Inst, Tipe_Industri, Size (Log_Asset), dan BUMN/Non) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunannya (CSR Disclosure) ditemukan cukup rendah, yaitu sebesar 26,1% (*Adjusted R*² = 0,261 pada Tabel 4.13).

Hal ini berarti bahwa secara simultan, variabel kepemilikan asing, kepemilikan institusi, tipe industri, ukuran perusahaan, dan BUMN/Non hanya mampu mempengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial sebesar 26,1%. Sisanya sebesar 73,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan. Tingkat *Adjusted R²* yang rendah ini menunjukkan perlunya dilakukan penelitian lanjutan dengan menambahkan variabel lain sebagai penduga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Walaupun demikian, apabila dilihat dari signifikansinya, secara simultan variabel yang digunakan berpengaruh secara signifikan dengan nilai F sebesar 5,436 ($p = 0,000$; $p < 0,05$) yang dapat dilihat pada Tabel 4.14 di bawah ini.

Tabel 4.14

Hasil Uji F

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,057	5	,011	8,340	,000(a)
	Residual	,136	99	,001		
	Total	,193	104			

a Predictors: (Constant), BUMN, Log_Asset, Shm_Inst, Tipe, Shm_Asing

b Dependent Variable: CSDI

Sumber: Data diolah dengan SPSS 12

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menemukan hasil bahwa struktur kepemilikan asing termasuk kepemilikan asing Eropa dan *United State* tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta pada tahun

2006. Hasil penelitian ini memberikan arti bahwa investor asing di Indonesia belum mempertimbangkan kriteria sosial dan lingkungan, sehingga kebutuhan akan informasi tanggung jawab sosial belum menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi.

Hasil ini tidak berhasil mendukung *organizational legitimacy theory* yang menyatakan bahwa perusahaan multinasional atau dengan kepemilikan asing utamanya melihat keuntungan legitimasi berasal dari para *stakeholder*-nya dimana secara tipikal berdasarkan atas *home market* (pasar tempat beroperasi) yang dapat memberikan eksistensi yang tinggi dalam jangka panjang (Suchman, 1995 dalam Barkemeyer, 2007).

Penelitian ini juga menemukan bahwa kepemilikan institusional tidak mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan. Hasil ini mencerminkan bahwa kepemilikan institusi yang terdiri dari perusahaan perbankan, asuransi, dana pensiun, dan *asset management* di Indonesia belum mempertimbangkan tanggung jawab sosial sebagai salah satu kriteria dalam melakukan investasi, sehingga investor institusi ini juga cenderung tidak menekan perusahaan untuk mengungkapkan CSR secara detail (menggunakan indikator GRI) dalam laporan tahunan perusahaan.

Dari tiga variabel kontrol yang digunakan dalam penelitian ini, ukuran perusahaan, tipe industri, serta kategori BUMN dan Non BUMN, hasil pengujian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan tipe industri yang berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan

tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan publik tahun 2006. Hasil ini membuktikan premis bahwa tanggung jawab sosial dipengaruhi oleh ukuran perusahaan, dimana perusahaan besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas, sebagai upaya mengurangi biaya keagenan (Jensen dan Meckling, 1976). Selain itu, perusahaan yang lebih besar juga akan memiliki kemampuan untuk melakukan aktivitas CSR lebih banyak.

Industri *high profile* dalam penelitian ini juga mendukung pendapat bahwa perusahaan yang termasuk dalam *regulated company* seperti perusahaan migas, pertambangan, kertas, agrobisnis, dan telekomunikasi akan melakukan pengungkapan yang lebih terhadap kegiatan CSR yang dilakukan.

Sedangkan pengklasifikasian perusahaan menjadi BUMN dan Non BUMN tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan. Ini berarti perusahaan BUMN cenderung tidak terlalu fokus terhadap pengungkapan CSR dalam laporan tahunan.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya, antara lain :

- Sebaiknya penelitian selanjutnya menggunakan lebih banyak sampel lagi agar lebih dapat mencerminkan keadaan yang ada yang mewakili segala jenis industri.