

**PENGARUH UMUR PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN
DAN *LEVERAGE* TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNGJAWAB SOSIAL
PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK
INDONESIA**

**SOFIA PRIMA DEWI dan KENI
Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara
sofia_primadewi@yahoo.com**

Abstract: This study aimed to examine the effect of firm age, profitability (net profit margin), firm size and leverage (debt to equity ratio) on the disclosure of corporate social responsibility. The sample used is the data 105 companies listed in Indonesia Stock Exchange during the years 2009-2011. Data analysis was performed with the help of the program PASW Statistics version 18.00. The results showed that the profitability (net profit margin) and firm size has an influence on corporate social responsibility disclosure while firm age and leverage (debt to equity ratio) has no effect on the disclosure of corporate social responsibility.

Keywords: firm age, profitability (net profit margin), firm size, leverage (debt to equity ratio), the disclosure of corporate social responsibility

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh umur perusahaan, profitabilitas (*net profit margin*), ukuran perusahaan dan *leverage (debt to equity ratio)* terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Sampel yang digunakan adalah 105 data perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2009-2011. Analisis data dilakukan dengan bantuan program *PASW Statistics* versi 18.00. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas (*net profit margin*) dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan sedangkan umur perusahaan dan *leverage (debt to equity ratio)* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Kata kunci: umur perusahaan, profitabilitas (*net profit margin*), ukuran perusahaan, *leverage (debt to equity ratio)*, pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan

PENDAHULUAN

Pada dasarnya semua perusahaan memiliki tujuan utama yang sama yaitu untuk memperoleh laba yang sebesar-besarnya dan untuk mencapai tujuan tersebut seringkali perusahaan mengabaikan dampak yang timbul dari aktivitas perusahaan. Dampak aktivitas perusahaan dapat membawa dampak positif maupun negatif. Dampak positif dari aktivitas

perusahaan antara lain adalah membuka lapangan pekerjaan, memenuhi kebutuhan masyarakat dengan produk yang dihasilkannya dan lain-lain. Di lain sisi aktivitas perusahaan juga mempunyai potensi untuk menimbulkan kerusakan terhadap lingkungan seperti polusi, bencana, eksploitasi sumber daya alam dan tenaga kerja yang pada akhirnya akan mengganggu kelangsungan hidup manusia.

Tanggungjawab perusahaan tidak hanya semata-mata ditujukan kepada para pemegang saham perusahaan melainkan juga tanggungjawab terhadap para *stakeholders*. Oleh karena itu orientasi perusahaan yang selama ini terfokus pada maksimalisasi laba perlu dikaji kembali mengingat dalam jangka pendek, laba yang maksimal memang menunjukkan keberhasilan perusahaan namun dalam jangka panjang hal tersebut bisa menimbulkan masalah bagi perusahaan karena adanya penolakan dari para *stakeholders*.

Perusahaan dituntut untuk mampu menyeimbangkan pencapaian kinerja keuangan, kinerja sosial dan kinerja lingkungan yang disebut *triple bottom line*. Hal ini dikarenakan kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan. Menurut Guthrie dan Mathews (1985) dalam Sembiring (2005: 379) tanggungjawab sosial perusahaan dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non keuangan berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya, yang dapat dibuat dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial terpisah.

Menurut Febrina dan Suaryana (2011: 3) salah satu elemen pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia adalah tanggungjawab sosial. Pengungkapan item-item pengungkapan biasanya dilakukan melalui laporan tahunan. Item pengungkapan diidentifikasi berdasarkan *Reporting Guidelines* yang termuat dalam *Global*

Reporting Initiative. Global Reporting Initiative disusun tersendiri terpisah dari laporan keuangan atau laporan tahunan.

Pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan muncul karena adanya tuntutan dari masyarakat dan para pengguna laporan keuangan terhadap dampak aktivitas perusahaan namun kesadaran perusahaan atas pengungkapan tanggungjawab sosial masih sangat rendah. Perusahaan akan mempertimbangkan biaya dan manfaat dalam mengungkapkan informasi sosial perusahaan. Jika perusahaan merasa manfaat yang diperoleh lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan maka perusahaan akan secara sukarela mengungkapkan informasi tersebut. Untuk mengatasi masalah ini pemerintah telah mengeluarkan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas yang menyatakan bahwa tanggungjawab sosial perusahaan yang sebelumnya merupakan hal yang bersifat sukarela, sekarang menjadi suatu hal yang wajib dilaksanakan oleh seluruh perusahaan walau belum ada pedoman baku mengenai luas pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Penelitian yang terkait dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan telah banyak dilakukan namun terdapat ketidakkonsistenan atas hasil penelitian. Penelitian Sudaryono (2007) dan Untari (2010) menunjukkan bahwa umur perusahaan mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan namun penelitian Utami dan Prastiti (2011) menunjukkan bahwa umur perusahaan tidak mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Penelitian Utami dan Prastiti (2011) menunjukkan bahwa profitabilitas (*net profit margin*) mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan namun penelitian Anggraini (2006), Almilia dan Retrinasari (2007), Rahman dan Widyasari (2008), Apriwenni (2009) serta Febrina dan Suaryana (2011) menunjukkan

bahwa profitabilitas (*net profit margin*) tidak mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Penelitian Almilia dan Retrinasari (2007), Darwis (2009), Untari (2010), Utami dan Rahmawati (2010), Ardana dan Maharani (2011) serta Febrina dan Suaryana (2011) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan namun penelitian Rahman dan Widyasari (2008) serta Nurkhin (2010) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Penelitian Apriwenni (2009) menunjukkan bahwa *leverage (debt to equity ratio)* mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan namun penelitian Sembiring (2005), Anggraini (2006), Almilia dan Retrinasari (2007), Rahman dan Widyasari (2008), Darwis (2009) serta Utami dan Prastiti (2011) menunjukkan bahwa *leverage (debt to equity ratio)* tidak mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Ketidakkonsistensian hasil penelitian di atas menjadi latar belakang untuk dilakukannya kembali penelitian mengenai pengaruh umur perusahaan, profitabilitas, ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

TINJAUAN LITERATUR

Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan

Berikut adalah definisi tanggungjawab sosial perusahaan menurut beberapa ahli. Menurut *World Business Council for Sustainable Development* dalam Gary K. Y. Chan dan George T. L. Shenoy:

“Corporate social responsibility is the continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the

quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large.” (Chan dan Shenoy, 2011: 214)

Menurut Lisna Untari:

“*Corporate social responsibility* dalam bahasa Indonesia dikenal dengan tanggungjawab sosial perusahaan. Pada intinya, diartikan sebagai upaya perusahaan untuk meningkatkan kepedulian terhadap masalah sosial dan lingkungan dalam kegiatan usaha dan juga pada cara perusahaan berinteraksi dengan *stakeholders* yang dilakukan secara sukarela. Selain itu, *corporate social responsibility* 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.” (Untari, 2010: 3)

Menurut A. B. Susanto dalam Sukrisno Agoes dan I. Cenik Ardana tanggungjawab sosial didefinisikan sebagai berikut:

“Tanggungjawab perusahaan baik ke dalam maupun ke luar perusahaan. Tanggungjawab ke dalam diarahkan kepada pemegang saham dan karyawan dalam wujud profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan sedangkan tanggungjawab ke luar dikaitkan dengan peran perusahaan sebagai pembayar pajak dan penyedia lapangan kerja, meningkatkan kesejahteraan dan kompetensi masyarakat serta memelihara lingkungan bagi generasi mendatang.” (Agoes dan Ardana, 2011: 90)

Menurut Elkington dalam Agoes dan Ardana (2011: 90) tanggungjawab sosial perusahaan mencakup tiga dimensi yang lebih populer dengan singkatan 3P yaitu mencapai keuntungan (*profit*) bagi perusahaan, memberdayakan masyarakat (*people*) dan memelihara kelestarian alam/ bumi (*planet*). Berangkat dari konsep 3P yang dikemukakan oleh Elkington, menurut Sukrisno Agoes dan I. Cenik Ardana konsep tanggungjawab sosial perusahaan sebenarnya ingin memadukan tiga fungsi perusahaan secara seimbang yaitu:

“a. Fungsi ekonomis. Fungsi ini merupakan fungsi tradisional perusahaan yaitu untuk memperoleh keuntungan (*profit*) bagi perusahaan (yang sebenarnya merupakan kepentingan pemilik perusahaan). b. Fungsi sosial. Perusahaan menjalankan fungsi ini melalui pemberdayaan manusianya yaitu para pemangku kepentingan (*people/ stakeholders*) baik pemangku kepentingan primer maupun pemangku kepentingan sekunder. Selain itu, melalui fungsi ini, perusahaan berperan menjaga keadilan dalam membagi manfaat dan menanggung beban yang ditimbulkan dari aktivitas perusahaan. c. Fungsi alamiah. Perusahaan berperan

dalam menjaga kelestarian alam (planet/ bumi). Perusahaan hanya merupakan salah satu elemen dalam sistem kehidupan di bumi ini. Bila bumi ini rusak maka seluruh bentuk kehidupan di bumi ini (manusia, hewan dan tumbuh-tumbuhan) akan terancam musnah. Bila tidak ada kehidupan, bagaimana mungkin akan ada perusahaan yang masih bertahan hidup.” (Agoes dan Ardana, 2011: 90)

Menurut Nurkhin (2010: 46) tanggungjawab sosial perusahaan merupakan sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggungjawab yang berpijak pada *single bottom line* yaitu nilai perusahaan yang direfleksikan dalam kondisi keuangan saja tapi tanggungjawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom line* yaitu juga memperhatikan masalah sosial dan lingkungan.

Menurut Sembiring (2005: 381) pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Kewajiban pengungkapan tanggungjawab sosial di Indonesia diatur dalam beberapa regulasi, diantaranya adalah pernyataan Ikatan Akuntan Indonesia yang menyarankan kepada perusahaan untuk mengungkapkan tanggungjawab sosial perusahaan, sebagaimana dituangkan dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan No. 1 (Revisi 2009) paragraf keempat belas yang berbunyi sebagai berikut:

“Entitas dapat pula menyajikan, terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah, khususnya bagi industri dimana faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan keuangan yang memegang peranan penting. Laporan tambahan tersebut di luar ruang lingkup Standar Akuntansi Keuangan.” (Ikatan Akuntan Indonesia, 2009: P.1.7)

Secara yuridis formal pemerintah telah mendukung praktik pengungkapan tanggungjawab sosial melalui Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas. Pada Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 pasal 66 ayat 2 (c) disebutkan bahwa selain menyampaikan laporan keuangan, perusahaan juga diwajibkan untuk melaporkan pelaksanaan tanggungjawab sosial dan

lingkungan. Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 pasal 74 juga menyebutkan bahwa bagi perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggungjawab sosial dan lingkungan. Kewajiban pelaksanaan tanggungjawab sosial juga diatur dalam Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang penanaman modal. Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 pasal 15 bagian b menyebutkan bahwa setiap penanam modal berkewajiban untuk melaksanakan tanggungjawab sosial perusahaan.

Umur Perusahaan

Menurut Sudaryono (2007: 110) umur perusahaan merupakan lamanya perusahaan terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Umur perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan tetap eksis dan mampu bersaing. Menurut Untari (2010: 6-7) umur perusahaan juga merupakan faktor yang mempengaruhi kinerja perusahaan dalam mengungkapkan tanggungjawab sosialnya. Umur perusahaan dapat menunjukkan kemampuan dalam mengatasi kesulitan dan hambatan yang dapat mengancam kehidupan perusahaan serta menunjukkan kemampuan perusahaan mengambil kesempatan dalam lingkungannya untuk mengembangkan usaha. Di samping itu umur perusahaan menunjukkan kemampuan dalam keunggulan berkompetensi. Dengan demikian semakin lama perusahaan berdiri, perusahaan tersebut semakin dapat menunjukkan eksistensi dalam lingkungannya dan semakin bisa meningkatkan kepercayaan investor. Menurut Marpaung (2009) dalam Untari (2010: 7) perusahaan yang berumur lebih tua mungkin lebih mengerti informasi-informasi apa saja yang sebaiknya diungkapkan dalam laporan tahunan sehingga perusahaan hanya akan mengungkapkan informasi-informasi yang akan memberikan pengaruh yang positif terhadap perusahaan.

Profitabilitas (*Net Profit Margin*)

Menurut Heinze (1976) dalam Anggraini (2006: 10) profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Menurut Yuliana *et al.* (2008: 252) tingkat profitabilitas yang tinggi mendorong manajer untuk memberikan informasi yang lebih terperinci termasuk kebebasan dan keleluasaan untuk menunjukkan dan mempertanggungjawabkan seluruh program sosialnya. Hal ini disebabkan manajer ingin meyakinkan investor akan profitabilitas perusahaan.

Menurut Darwis (2009: 55) sesuai teori legitimasi ketika perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi perusahaan menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Sebaliknya pada saat tingkat profitabilitas perusahaan rendah, perusahaan berharap pemakai laporan keuangan akan membaca *good news* kinerja perusahaan misalnya lingkup sosial perusahaan dan dengan demikian investor akan tetap berinvestasi di perusahaan.

Ukuran Perusahaan

Pada dasarnya menurut Sulastini (2007) dalam Untari (2010: 5) ukuran perusahaan hanya terbagi dalam tiga kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium firm*) dan perusahaan kecil (*small firm*). Penentuan ukuran perusahaan ini didasarkan kepada *total asset* perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka sumber informasi perusahaan yang tersedia semakin luas dan mudah diakses oleh publik. Menurut Sudaryono (2007: 110) perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki tuntutan publik akan informasi yang lebih tinggi dibanding dengan perusahaan yang berukuran lebih kecil. Perusahaan besar sebagai

emiten yang banyak disoroti akan menghadapi tuntutan yang lebih besar dari para *stakeholders* untuk menyajikan laporan keuangan yang lebih transparan.

Menurut Yuliana *et al.* (2008: 251) jika dikaitkan dengan teori agensi, perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Menurut Nuryaman (2009: 93) semakin besar suatu perusahaan maka perusahaan menghadapi biaya politik yang tinggi. Perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil karena perusahaan besar akan menghadapi risiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil. Pengungkapan yang lebih luas merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggungjawab sosial perusahaan.

Cowen *et al.* (1987) dalam Untari (2010: 5) perusahaan yang lebih besar melakukan aktivitas yang lebih banyak sehingga menyebabkan dampak yang lebih besar terhadap lingkungan. Perusahaan yang lebih besar mungkin akan memiliki pemegang saham yang mempunyai kepentingan dengan program sosial yang dibuat oleh perusahaan dalam laporan tahunan. Laporan tahunan merupakan alat yang efisien untuk mengkomunikasikan informasi tentang tanggungjawab sosial perusahaan. Semakin besar suatu perusahaan maka semakin luas pengungkapan tanggungjawab sosial yang dibuat perusahaan.

Leverage (Debt to Equity Ratio)

Menurut Untari (2010: 6) tingkat *leverage* adalah untuk melihat kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan semua kewajibannya kepada pihak lain. Perusahaan dengan tingkat *leverage (debt to equity ratio)* yang tinggi menunjukkan komposisi total hutang semakin besar dibanding dengan total ekuitas sehingga berdampak semakin besar beban perusahaan terhadap pihak kreditor. Menurut Darwis (2009: 55) teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan

dengan tingkat *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi. Menurut Febrina dan Suaryana (2011: 9) perusahaan yang berisiko tinggi berusaha untuk meyakinkan kreditor dengan pengungkapan informasi yang lebih detail. Tambahan informasi diperlukan untuk menghilangkan keraguan terhadap dipenuhinya hak-hak para kreditor. Oleh karena itu perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan informasi yang lebih luas (termasuk di dalamnya pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan) dibanding perusahaan dengan tingkat *leverage* yang rendah.

Menurut Anggraini (2006: 8-9) semakin tinggi tingkat *leverage* kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak hutang sehingga manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba di masa depan. Laba yang dilaporkan lebih tinggi akan mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian hutang. Manajer akan memilih metode akuntansi yang akan memaksimalkan laba sekarang. Oleh karena itu semakin tinggi tingkat *leverage* semakin besar kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dan supaya laba yang dilaporkan tinggi maka manajer harus mengurangi biaya-biaya termasuk di dalamnya biaya untuk mengungkapkan informasi sosial. Menurut Sembiring (2005: 382) sesuai dengan teori agensi manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggungjawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*.

Penelitian Terdahulu dan Pengembangan Hipotesis

Sembiring (2005) melakukan penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan, *profile*, ukuran dewan komisaris, profitabilitas dan *leverage* terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Hasil penelitian terhadap 78 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, *profile* dan ukuran dewan komisaris mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan sedangkan profitabilitas dan *leverage* tidak mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Anggraini (2006) melakukan penelitian mengenai pengaruh kepemilikan manajemen, *leverage*, ukuran perusahaan, tipe industri dan profitabilitas terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Hasil penelitian terhadap 1.188 sampel perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta selama tahun 2000-2004 menunjukkan bahwa tipe industri mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan sedangkan kepemilikan manajemen, *leverage*, ukuran perusahaan dan profitabilitas tidak mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Almilia dan Retrinasari (2007) melakukan penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, likuiditas, *net profit margin* dan status perusahaan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Hasil penelitian terhadap 50 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta selama tahun 2001-2004 menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan likuiditas mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan sedangkan *leverage*, *net profit margin* dan status perusahaan tidak mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Sudaryono (2007) melakukan penelitian mengenai pengaruh umur perusahaan, ukuran perusahaan, *return on asset* dan manajemen laba terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Hasil penelitian terhadap 60 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2004-2005 menunjukkan bahwa umur perusahaan mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan sedangkan ukuran perusahaan, *return on asset* dan manajemen laba tidak mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Rahman dan Widayarsi (2008) melakukan penelitian mengenai pengaruh kepemilikan manajemen, *leverage*, profitabilitas, *profile* perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Hasil penelitian terhadap 76 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta menunjukkan bahwa *profile* perusahaan mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan sedangkan kepemilikan manajemen, *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan tidak mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Apriwenni (2009) melakukan penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, persentase kepemilikan manajemen dan profitabilitas terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Hasil penelitian terhadap 29 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta selama tahun 2008 menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan *leverage* mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan sedangkan persentase kepemilikan manajemen dan profitabilitas tidak mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Darwis (2009) melakukan penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Hasil penelitian

terhadap 116 perusahaan *high profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2005 menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan sedangkan profitabilitas dan *leverage* tidak mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Nurkhin (2010) melakukan penelitian mengenai pengaruh komposisi dewan komisaris independen, profitabilitas, kepemilikan institusional, ukuran perusahaan dan tipe industri terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Hasil penelitian terhadap 80 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2007 menunjukkan bahwa komposisi dewan komisaris independen dan profitabilitas mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan sedangkan kepemilikan institusional, ukuran perusahaan dan tipe industri tidak mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Untari (2010) melakukan penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, umur perusahaan dan *leverage* terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Hasil penelitian terhadap 18 perusahaan *customer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2006-2008 menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas dan umur perusahaan mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan sedangkan *leverage* tidak mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Utami dan Rahmawati (2010) melakukan penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan, struktur kepemilikan institusional, struktur kepemilikan asing, umur perusahaan dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Hasil penelitian terhadap 121 perusahaan *real estate* dan *property* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2005-2007 menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mempunyai

pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan sedangkan struktur kepemilikan institusional, struktur kepemilikan asing, umur perusahaan dan ukuran dewan komisaris tidak mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Ardana dan Maharani (2011) melakukan penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan, tipe industri dan reputasi auditor terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Hasil penelitian terhadap 30 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2006 menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan sedangkan tipe industri dan reputasi auditor tidak mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Febrina dan Suaryana (2011) melakukan penelitian mengenai pengaruh *leverage*, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan dan kepemilikan manajemen terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Hasil penelitian terhadap 29 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2007-2009 menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan sedangkan *leverage*, profitabilitas, ukuran dewan komisaris dan kepemilikan manajemen tidak mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Utami dan Prastiti (2011) melakukan penelitian mengenai pengaruh *net profit margin*, ukuran perusahaan, umur perusahaan, kepemilikan manajemen dan *leverage* terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Hasil penelitian terhadap 44 perusahaan yang bergerak dalam industri agrobisnis, pertambangan, industri dasar dan kimia, otomotif dan komponen, barang konsumsi dan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2006-2008 menunjukkan bahwa *net profit margin* dan ukuran perusahaan mempunyai

pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan sedangkan umur perusahaan, kepemilikan manajemen dan *leverage* tidak mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

Ha₁ : Umur perusahaan mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Ha₂ : Profitabilitas (*net profit margin*) mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Ha₃ : Ukuran perusahaan mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Ha₄ : *Leverage (debt to equity ratio)* mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Metode Pengambilan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2009-2011. Menurut Indriantoro dan Supomo (1999: 131) apabila pengambilan data sampel penelitian dilakukan dengan metode *purposive sampling* maka penelitian harus memiliki tujuan atau target tertentu dalam memilih sampel secara tidak acak. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Kriteria yang harus dipenuhi dalam penelitian ini adalah:

1. Perusahaan memperoleh laba selama tahun 2009-2011 secara berturut-turut.

2. Perusahaan mempublikasikan laporan keuangan yang berakhir per tanggal 31 Desember selama tahun 2009-2011 secara berturut-turut.
3. Perusahaan mengungkapkan informasi mengenai tanggungjawab sosial perusahaan dalam laporan tahunannya selama tahun 2009-2011 secara berturut-turut.
4. Perusahaan menyajikan laporan keuangan dalam mata uang Rupiah selama tahun 2009-2011.

Operasionalisasi Variabel Penelitian

Penelitian ini terdiri dari variabel terikat dan variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan sedangkan variabel bebas dalam penelitian ini adalah umur perusahaan, profitabilitas (*net profit margin*), ukuran perusahaan dan *leverage (debt to equity ratio)*.

1. Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan

Menurut Sembiring (2005: 383) pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan diukur berdasarkan 78 item pengungkapan dengan melihat data yang berasal dari laporan tahunan. Data tersebut berupa jumlah kalimat pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan yang bersangkutan. Menurut Untari (2010: 4) pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan dirumuskan sebagai berikut:

$$CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{N_j} \times 100\%$$

Dimana:

$CSRDI_j$: *Corporate social responsibility disclosure index* (pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan) j

N_j : Jumlah item untuk perusahaan j, $N_j \leq 78$

Xij : *Dummy variable* dimana 1 = jika item i diungkapkan dan 0 = jika item i tidak diungkapkan

2. Umur Perusahaan

Sesuai Untari (2010: 8) umur perusahaan dirumuskan sebagai berikut:

UM = tahun ke n - tahun *first issue* di Bursa Efek Indonesia.

3. Profitabilitas (*Net Profit Margin*)

Sesuai Febrina dan Suaryana (2011: 14) profitabilitas (*net profit margin*) dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{NPM} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

4. Ukuran Perusahaan

Sesuai Febrina dan Suaryana (2011: 15) ukuran perusahaan dirumuskan sebagai berikut:

UP = Logaritma Total Aset

5. *Leverage (Debt to Equity Ratio)*

Sesuai Darwis (2009: 56) *leverage (debt to equity ratio)* dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{DER} = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Equity}}$$

Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan data kualitatif. Data kuantitatif yaitu umur perusahaan, profitabilitas (*net profit margin*), ukuran perusahaan dan *leverage (debt to equity ratio)*. Data kualitatif yaitu pengungkapan tanggungjawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Data mengenai umur perusahaan, profitabilitas (*net profit margin*), ukuran perusahaan, *leverage (debt to equity ratio)* dan pengungkapan tanggungjawab sosial

perusahaan diperoleh dari Pusat Informasi Pasar Modal Universitas Tarumanagara dan situs www.idx.co.id.

Teknik Pengolahan Data

Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah analisis yang bersifat kuantitatif, dengan menggunakan analisis regresi *Ordinary Least Square (OLS)*. Langkah awal sebelum melakukan semua pengujian adalah melakukan beberapa pengujian asumsi klasik terhadap data yang dikumpulkan. Hal ini dilakukan karena persamaan regresi *OLS* mengandung beberapa asumsi klasik yang harus dipenuhi. Uji asumsi klasik terdiri dari normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas dan autokorelasi. Setelah semua asumsi klasik terpenuhi, langkah berikutnya adalah melakukan pengujian terhadap koefisien regresi dengan menggunakan uji statistik F dan uji statistik t. Penelitian ini menggunakan tingkat kesalahan sebesar 5%.

Persamaan regresi ganda dalam penelitian ini adalah $CSRDI = a + b_1 UM + b_2 NPM + b_3 UP + b_4 DER + e$. Langkah selanjutnya setelah diperoleh model regresi dan menguji sejumlah asumsi klasik adalah menguji hipotesis penelitian apakah variabel independen dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen. Untuk itu dilakukan uji statistik dengan menggunakan uji statistik F (uji secara bersama-sama) maupun uji statistik t (uji secara parsial).

HASIL PENELITIAN

Pemilihan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2009-2011. Pemilihan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1.
Prosedur Pemilihan Sampel Penelitian

Kriteria Sampel	Jumlah Perusahaan	Jumlah Sampel
Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2009-2011	121	363
Perusahaan yang tidak memperoleh laba selama tahun 2009-2011 secara berturut-turut	(56)	(168)
Perusahaan yang tidak mempublikasikan laporan keuangan yang berakhir per tanggal 31 Desember selama tahun 2009-2011 secara berturut-turut	(9)	(27)
Perusahaan yang tidak mengungkapkan informasi mengenai tanggungjawab sosial perusahaan dalam laporan tahunannya selama tahun 2009-2011 secara berturut-turut	(14)	(42)
Perusahaan yang tidak menyajikan laporan keuangan dalam mata uang Rupiah selama tahun 2009-2011	(7)	(21)
Jumlah	35	105

Sumber: Hasil pengumpulan data

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (*mean*) dan simpangan baku (*standard deviation*) dari variabel yang diteliti yaitu pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan, umur perusahaan, profitabilitas (*net profit margin*), ukuran perusahaan dan *leverage (debt to equity ratio)*.

Tabel 2.
Statistik Deskriptif

Keterangan	N	Minimum	Maksimum	Rata-Rata	Deviasi Standar
CSRDI	105	0,08974	0,52564	0,2882785	0,09549534
UM	105	8	34	20,14	7,055
NPM	105	0,00178	0,35297	0,0965879	0,08012217
UP	105	2,45637	4,67464	3,2953165	0,58573721
DER	105	0,10443	8,99510	1,0900749	1,31830716

Sumber: Pengolahan data SPSS

Tabel 2. menunjukkan hasil statistik deskriptif dimana total sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 105 sampel. Pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan (CSRDI) memiliki nilai rata-rata sebesar 0,2882785. Deviasi standar pengungkapan

tanggungjawab sosial perusahaan sebesar 0,09549534. Nilai minimum pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan sebesar 0,08974 dan nilai maksimum pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan sebesar 0,52564. Umur perusahaan (UM) memiliki nilai rata-rata sebesar 20,14. Deviasi standar umur perusahaan sebesar 7,055. Nilai minimum umur perusahaan sebesar 8 dan nilai maksimum umur perusahaan sebesar 34.

Profitabilitas (NPM) memiliki nilai rata-rata sebesar 0,0965879. Deviasi standar profitabilitas sebesar 0,08012217. Nilai minimum profitabilitas sebesar 0,00178 dan nilai maksimum profitabilitas sebesar 0,35297. Ukuran perusahaan (UP) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,2953165. Deviasi standar ukuran perusahaan sebesar 0,58573721. Nilai minimum ukuran perusahaan sebesar 2,45637 dan nilai maksimum ukuran perusahaan sebesar 4,67464. *Leverage* (DER) memiliki nilai rata-rata sebesar 1,0900749. Deviasi standar *leverage* sebesar 1,31830716. Nilai minimum *leverage* sebesar 0,10443 dan nilai maksimum *leverage* sebesar 8,99510.

Hasil Uji Kualitas Data

Penelitian ini menggunakan uji normalitas dalam menguji kualitas data. Hasil pengujian normalitas dengan menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* adalah sebagai berikut:

Tabel 3.
Hasil Uji Normalitas

Keterangan	N	<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>
<i>Unstandardized Residual</i>	105	0,897

Sumber: Pengolahan data SPSS

Hasil pengujian normalitas menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan nilai *asymp. sig (2-tailed)* sebesar 0,897 dimana nilai ini lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa residual data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi analisis regresi.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

Hasil pengujian multikolinieritas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Kesimpulan
UM	0,843	1,186	Tidak terjadi multikolinieritas
NPM	0,733	1,364	Tidak terjadi multikolinieritas
UP	0,853	1,173	Tidak terjadi multikolinieritas
DER	0,971	1,030	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Pengolahan data SPSS

Tabel 4. menunjukkan bahwa umur perusahaan (UM), profitabilitas (NPM), ukuran perusahaan (UP) dan *leverage* (DER) memiliki nilai *Tolerance* di atas 0,1 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) di bawah 10 sehingga dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Hasil pengujian heteroskedastisitas dengan menggunakan uji *Glejser* adalah sebagai berikut:

Tabel 5.
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	<i>Sig.</i>	Kesimpulan
UM	0,055	Tidak terjadi heteroskedastisitas
NPM	0,151	Tidak terjadi heteroskedastisitas
UP	0,119	Tidak terjadi heteroskedastisitas
DER	0,193	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Pengolahan data SPSS

Tabel 5. menunjukkan bahwa umur perusahaan (UM), profitabilitas (NPM), ukuran perusahaan (UP) dan *leverage* (DER) memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.

Uji Autokorelasi

Hasil pengujian autokorelasi adalah sebagai berikut:

Tabel 6.
Hasil Uji Autokorelasi

Keterangan	Sig.
Res_2	0,076

Sumber: Pengolahan data SPSS

Tabel 6. menunjukkan bahwa nilai residual lag2 (res_2) sebesar 0,076. Nilai ini lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dikatakan tidak ada autokorelasi dalam model regresi.

Model Regresi

Setelah semua uji asumsi klasik terpenuhi, langkah berikutnya adalah melakukan pengujian hipotesis terhadap model regresi ganda. Tujuan analisis ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah umur perusahaan, profitabilitas, ukuran perusahaan dan *leverage* sedangkan variabel dependen adalah pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Tabel 7.
Model Regresi Ganda

Model	B	Standard Error	t	Sig.
Constant	0,118	0,056	2,094	0,039
UM	-0,00006778	0,001	-0,051	0,959
NPM	0,319	0,125	2,548	0,012
UP	0,043	0,016	2,681	0,009
DER	0,001	0,007	0,081	0,936

Sumber: Pengolahan data SPSS

Model regresi ganda yang diperoleh:

$CSRDI = 0,118 - 0,00006778 UM + 0,319 NPM + 0,043 UP + 0,001 DER + e$, dimana: CSRDI = Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan; UM = Umur Perusahaan; NPM =

Profitabilitas (*Net Profit Margin*); UP = Ukuran Perusahaan; DER = *Leverage (Debt to Equity Ratio)*.

Tabel 8.
Uji Koefisien Regresi Ganda Secara Simultan dengan Uji Statistik F

<i>Model</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
<i>Regression</i>	0,180	4	0,045	5,837	0,000
<i>Residual</i>	0,769	100	0,008		
<i>Total</i>	0,948	104			

Sumber: Pengolahan data SPSS

Tabel 8. menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05). Ini berarti H_0 ditolak dan dapat disimpulkan bahwa paling sedikit terdapat satu variabel independen yang mempengaruhi pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Dengan demikian uji statistik t (uji secara parsial) untuk menjawab hipotesis penelitian dapat dilakukan untuk mengetahui variabel independen mana saja yang mempengaruhi pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Pengujian Hipotesis

Hasil uji t (uji secara parsial) terhadap koefisien regresi dapat dilihat pada tabel 9.

Tabel 9.
Uji Koefisien Regresi Ganda Secara Parsial dengan Uji Statistik t

<i>Model</i>	<i>B</i>	<i>Standard Error</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>	Kesimpulan
UM	-0,00006778	0,001	-0,051	0,959	H_1 ditolak
NPM	0,319	0,125	2,548	0,012	H_2 tidak dapat ditolak
UP	0,043	0,016	2,681	0,009	H_3 tidak dapat ditolak
DER	0,001	0,007	0,081	0,936	H_4 ditolak

Sumber: Pengolahan data SPSS

Uji Hipotesis Pertama

Adapun perumusan hipotesis yang pertama adalah sebagai berikut:

H₁ : Umur perusahaan mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Tabel 9. menunjukkan bahwa umur perusahaan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,959. Hal ini berarti tidak terdapat pengaruh umur perusahaan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan, karena nilai signifikansi tersebut (0,959) lebih besar daripada 0,05. Jadi dapat disimpulkan H₁ (hipotesis pertama) ditolak. Semakin lama perusahaan berdiri tidak berarti perusahaan tersebut semakin dapat menunjukkan eksistensi dalam lingkungannya. Umur perusahaan ternyata bukan merupakan faktor yang mempengaruhi kinerja perusahaan dalam mengungkapkan tanggungjawab sosialnya.

Uji Hipotesis Kedua

Adapun perumusan hipotesis yang kedua adalah sebagai berikut:

H₂ : Profitabilitas (*net profit margin*) mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Tabel 9. menunjukkan bahwa profitabilitas terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,012. Hal ini berarti terdapat pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan, karena nilai signifikansi tersebut (0,012) lebih kecil daripada 0,05. Jadi dapat disimpulkan H₂ (hipotesis kedua) tidak dapat ditolak. Semakin tinggi profitabilitas maka manajer lebih termotivasi untuk memberikan informasi yang lebih terperinci termasuk kebebasan dan keleluasaan untuk menunjukkan dan

mempertanggungjawabkan seluruh program sosialnya. Hal ini disebabkan manajer ingin meyakinkan investor akan profitabilitas perusahaan.

Uji Hipotesis Ketiga

Adapun perumusan hipotesis yang ketiga adalah sebagai berikut:

H₃ : Ukuran perusahaan mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Tabel 9. menunjukkan bahwa ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,009. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan, karena nilai signifikansi tersebut (0,009) lebih kecil daripada 0,05. Jadi dapat disimpulkan H₃ (hipotesis ketiga) tidak dapat ditolak. Perusahaan yang lebih besar melakukan aktivitas yang lebih banyak sehingga menyebabkan dampak yang lebih besar terhadap lingkungan. Perusahaan yang lebih besar mungkin akan memiliki pemegang saham yang mempunyai kepentingan dengan program sosial yang dibuat oleh perusahaan dalam laporan tahunan. Laporan tahunan merupakan alat yang efisien untuk mengkomunikasikan informasi tentang tanggungjawab sosial perusahaan. Semakin besar suatu perusahaan maka semakin luas pengungkapan tanggungjawab sosial yang dibuat perusahaan.

Uji Hipotesis Keempat

Adapun perumusan hipotesis yang keempat adalah sebagai berikut:

H₄ : *Leverage (debt to equity ratio)* mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Tabel 9. menunjukkan bahwa *leverage* terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,936. Hal ini berarti tidak terdapat pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan, karena nilai signifikansi tersebut (0,936) lebih besar daripada 0,05. Jadi dapat disimpulkan H₄ (hipotesis keempat) ditolak. Perusahaan yang berisiko tinggi biasanya berusaha untuk meyakinkan kreditor dengan pengungkapan informasi yang lebih detail. Tambahan informasi diperlukan untuk menghilangkan keraguan terhadap dipenuhinya hak-hak para kreditor. Oleh karena itu perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan informasi yang lebih luas (termasuk di dalamnya pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan) dibanding perusahaan dengan tingkat *leverage* yang rendah. Ternyata tambahan informasi mengenai pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan tidak dapat menghilangkan keraguan terhadap dipenuhinya hak-hak para kreditor.

PENUTUP

Berdasarkan pada hasil analisis dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa umur perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami dan Prastiti (2011) tetapi tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Sudaryono (2007) dan Untari (2010). Profitabilitas memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami dan Prastiti (2011) tetapi tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006), Almilia dan Retrinasari (2007), Rahman dan Widayarsi (2008), Apriwenni (2009) serta Febrina dan Suaryana (2011).

Ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Almilia dan Retrinasari (2007), Darwis (2009), Untari (2010), Utami dan Rahmawati (2010), Ardana dan Maharani (2011) serta Febrina dan Suaryana (2011) tetapi tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahman dan Widayarsi (2008) serta Nurkhin (2010). *Leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005), Anggraini (2006), Almilia dan Retrinasari (2007), Rahman dan Widayarsi (2008), Darwis (2009) serta Utami dan Prastiti (2011) tetapi tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Apriwenni (2009).

Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Periode pengamatan yang diteliti terlalu singkat yaitu hanya selama tiga tahun dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2011, hal ini membawa kemungkinan bahwa penelitian ini tidak dapat digunakan untuk memprediksi kecenderungan dalam jangka panjang. Peneliti selanjutnya perlu mempertimbangkan untuk memperpanjang periode pengamatan sehingga dapat digunakan untuk analisis jangka panjang. Penelitian ini hanya menggunakan empat variabel yaitu umur perusahaan, profitabilitas (*net profit margin*), ukuran perusahaan dan *leverage (debt to equity ratio)* sedangkan masih banyak variabel-variabel lain yang dimungkinkan mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Peneliti selanjutnya perlu mempertimbangkan untuk menambah variabel atau mengganti variabel dengan variabel-variabel lain yang kemungkinan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan seperti kepemilikan institusional. Sampel perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini hanya terbatas pada perusahaan manufaktur. Peneliti selanjutnya dapat melakukan

penelitian terhadap perusahaan keuangan seperti bank, asuransi dan lembaga keuangan lainnya sehingga hasil penelitian dapat lebih digeneralisasi.

DAFTAR RUJUKAN

- Agoes, Sukrisno dan I. Cenik Ardana. (2011). **Etika bisnis dan profesi: tantangan membangun manusia seutuhnya. Edisi Revisi.** Jakarta: Salemba Empat
- Almilia, Luciana Spica dan Ikka Retrinasari. (2007). Analisis pengaruh karakteristik perusahaan terhadap kelengkapan pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek jakarta. **Proceeding Seminar Nasional.** Universitas Trisakti. Juni. hlm. 1-16
- Anggraini, Fr. 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 bursa efek jakarta). **Simposium Nasional Akuntansi IX.** Padang. 23-26 Agustus. hlm. 1-21
- Apriwenni, Prima. (2009). Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* pada laporan tahunan perusahaan untuk industri manufaktur tahun 2008. **Jurnal Ekonomi dan Bisnis.** Volume 6. No. 1. April. hlm. 41-58
- Ardana, I. Cenik dan Regina Maharani. (2011). Pengaruh karakteristik perusahaan dan reputasi auditor terhadap pengungkapan sosial perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan yang terdaftar di BEI. **Jurnal Akuntansi.** Volume XV. No. 01. Januari. hlm. 53-64
- Chan , Gary K. Y. dan George T. L. Shenoy. (2011). **Ethics and social responsibility: asian and western perspectives. Second Edition.** Singapore: Mc Graw-Hill
- Darwis, Herman. (2009). Ukuran perusahaan, profitabilitas dan *financial leverage* terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan *high profile* di BEI. **Jurnal Keuangan dan Perbankan.** Volume 13. No. 1. Januari. hlm. 52-61
- Febrina dan I. G. N. Agung Suaryana. (2011). Faktor-faktor yang mempengaruhi kebijakan pengungkapan tanggungjawab sosial dan lingkungan pada perusahaan manufaktur di bursa efek Indonesia. **Simposium Nasional Akuntansi XIV.** Aceh. 21-22 Juli. hlm. 1-26
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2009). **Standar akuntansi keuangan. Edisi Revisi.** Jakarta: Salemba Empat
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. (1999). **Metodologi penelitian bisnis untuk akuntansi dan manajemen. Edisi Pertama.** Cetakan Pertama. Yogyakarta: BPFE

- Nurkhin, Ahmad. (2010). *Corporate governance dan profitabilitas, pengaruhnya terhadap pengungkapan corporate social responsibility perusahaan*. **Jurnal Dinamika Akuntansi**. Volume 2. No. 1. Maret. hlm. 46-55
- Nuryaman. (2009). Pengaruh konsentrasi kepemilikan, ukuran perusahaan dan mekanisme *corporate governance* terhadap pengungkapan sukarela. **Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia**. Volume 6. No. 1. Juni. hlm. 89-116
- Rahman, Arief dan Kurnia Nur Widyasari. (2008). *The analysis of company characteristic influence toward CSR disclosure: empirical evidence on manufacturing companies listed in JSX*. **JAAI**. Volume 12. No. 1. Juni. hlm. 25-35
- Republik Indonesia. (2007). **Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas**
- Republik Indonesia. (2007). **Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang penanaman modal**
- Sembiring, Eddy Rismanda. (2005). Karakteristik perusahaan dan pengungkapan tanggungjawab sosial: studi empiris pada perusahaan yang tercatat di bursa efek jakarta. **Simposium Nasional Akuntansi VIII**. Solo. 15-16 September. hlm. 379-395
- Sudaryono, Bambang. (2007). Kajian atas faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan lingkungan (*environmental disclosure*) pada perusahaan publik di BEJ pada tahun 2004-2005. **Media Riset Akuntansi, Auditing dan Informasi**. Volume 7. No. 2. Agustus. hlm 107-139
- Untari, Lisna. (2010). *Effect on company characteristics corporate social responsibility disclosures in corporate annual report of consumption listed in indonesia stock exchange*. www.gunadarma.ac.id
- Utami, Sri dan Sawitri Dwi Prastiti. (2011). Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap *social disclosure*. **Jurnal Ekonomi Bisnis**. Tahun 16. No. 1. Maret. hlm.63-69
- Utami, Indah Dewi dan Rahmawati. (2010). **Pengaruh ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, kepemilikan institusional, kepemilikan asing dan umur perusahaan terhadap corporate social responsibility disclosure pada perusahaan property dan real estate yang terdaftar di bursa efek indonesia**. Universitas Sebelas Maret. Surakarta. hlm. 1-21
- www.idx.co.id**
- Yuliana, Rita, Bambang Purnomosidhi dan Eko Ganis Sukoharsono (2008). Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dan dampaknya terhadap reaksi investor. **Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia**. Volume 5. No. 2. Desember. hlm. 245-276