

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu tindakan yang dilakukan perusahaan sesuai dengan kemampuan perusahaan tersebut sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap sosial dan lingkungan dimana perusahaan itu berada. Untuk kelangsungan jangka panjang perusahaan, perusahaan harus memperhatikan kepentingan *stakeholdernya* dan menjalin kerjasama dengan *stakeholder*.

Program *Corporate Social Responsibility* tidak hanya menguntungkan masyarakat di sekitar perusahaan, melainkan juga bermanfaat bagi keberlanjutan bisnis perusahaan itu sendiri. Jika ditinjau dari segi ekonomi, tujuan utama perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya sehingga seringkali perusahaan mengabaikan dampak sosial dan lingkungan yang terjadi atas tindakan ekonomi yang dilakukan dimana tindakan tersebut dapat menimbulkan kerusakan lingkungan, misalnya penggundulan hutan, polusi udara, pencemaran air, dan sebagainya. Melalui kegiatan tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility*) yang biasa dikenal dengan *triple bottom line (economic, social, and environmental)*, diharapkan perusahaan tidak hanya berfokus pada masalah finansial tetapi juga memperhatikan keadaan sosial dan lingkungan sekitarnya

Pelaksanaan dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* ditegaskan dalam Undang-Undang No.40 Tahun 2007 dan Undang-Undang No.25 Tahun 2007. Undang-Undang ini mewajibkan perusahaan serta semua perusahaan

yang terdaftar di pasar modal untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan serta melaporkannya. Salah satu media yang dapat digunakan untuk mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan perusahaan adalah melalui laporan tahunan (annual report) perusahaan yang diterbitkan oleh perusahaan.

Meskipun sudah ditegaskan dalam Undang-Undang, namun pada praktiknya belum semua perusahaan memiliki kesadaran untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya. Berdasarkan hasil penilaian Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan (PROPER) dalam pengelolaan lingkungan hidup 2012-2013, diketahui bahwa terdapat penurunan tingkat ketaatan perusahaan dalam menjalankan program *Corporate Social Responsibility* dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2013 ini, perusahaan yang menjalankan dan melaporkan kegiatan *Corporate Social Responsibility* turun 4% dari tahun sebelumnya, yaitu dari 69% (2012) menjadi 65% (2013) (www.menlh.go.id). Selain itu masih terdapat 628 perusahaan yang mendapat peringkat merah dan hitam. Sedangkan yang mampu meraih peringkat emas hanya 12 dari 1812 perusahaan (www.menlh.go.id).

Peringkat merah diberikan apabila pengelolaan lingkungan hidup kurang baik dan belum mencapai persyaratan minimum yang ditentukan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan. Sedangkan apabila perusahaan belum melaksanakan upaya pengelolaan lingkungan hidup atau telah melakukan upaya pengelolaannya, namun belum mencapai persyaratan yang ditentukan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan dengan penyimpangan material maka perusahaan tersebut dikategorikan pada peringkat

hitam. Dan peringkat terbaik atau peringkat emas diberikan kepada perusahaan yang telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan hidup dengan baik dan hasil yang maksimal (www.menlh.go.id).

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa kesadaran perusahaan yang menjalankan dan mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan masih cukup rendah. Dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, diduga dipengaruhi oleh berbagai variabel, antara lain : jumlah dewan komisaris, kinerja perusahaan, jumlah komite audit, ukuran perusahaan dan umur perusahaan.

Jumlah dewan komisaris diduga mempengaruhi luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut Sembiring (2005:387), semakin banyak jumlah dewan komisaris dalam perusahaan, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan *CEO* dan *monitoring* yang dilakukan akan semakin efektif. Bila dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan.

Menurut Sarumpaet (2005:92), kinerja perusahaan tercermin pada profit perusahaan dimana *Return on Assets* merupakan indikator pengukuran untuk mengukur tingkat profitabilitas jangka panjang perusahaan.

Menurut Persons (2008), jumlah anggota komite audit dan frekuensi rapat juga berpengaruh positif terhadap pengungkapan etika secara sukarela. Sehingga semakin besar komite audit maka semakin detail hal-hal yang dibicarakan sehubungan dengan pengungkapan terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Ukuran perusahaan diduga mempengaruhi luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan karena ukuran perusahaan memiliki hubungan yang erat dengan *Agency Theory*, dimana perusahaan besar memiliki biaya agensi yang lebih besar sehingga mempunyai insentif yang lebih untuk mengungkapkan informasi yang lebih luas mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan. Menurut Rohmah (2015:4), ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai suatu skala pengklasifikasian besar kecilnya suatu perusahaan atau organisasi yang didirikan oleh seseorang atau lebih untuk mencapai tujuannya.

Menurut Wardani (2012:6), hubungan umur perusahaan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat diasumsikan bahwa semakin lama perusahaan menjadi perusahaan publik, maka diharapkan perusahaan semakin memahami kebutuhan informasi yang dibutuhkan ada pihak-pihak yang berkepentingan terutama aspek sosial dan lingkungan.

Mengingat pentingnya masalah ini, maka dalam penyusunan penelitian saya mengambil judul **“Analisis Pengaruh Jumlah Dewan Komisaris, Kinerja Perusahaan, Jumlah Komite Audit, Ukuran Perusahaan dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Perusahaan (Studi Empirik Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Periode 2012 - 2016)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan mengenai rendahnya tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan di Indonesia yang telah diungkapkan di atas, maka masalah yang terdapat dalam penelitian ini adalah untuk menguji faktor-faktor apa yang berpengaruh pada pengungkapan CSR perusahaan *go public* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Faktor-faktor yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pengaruh jumlah dewan komisaris, kinerja perusahaan, jumlah komite audit, ukuran perusahaan dan umur perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016.

1.3 Pembatasan Masalah

Adapun batasan masalah yang dibahas adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur yang terdapat di Bursa Efek Indonesia.
2. Periode penelitian ini adalah tahun 2012 – 2016 karena dianggap *up to date*.
3. Penelitian ini hanya menggunakan 5 variabel bebas, yaitu : jumlah dewan komisaris, kinerja perusahaan, jumlah komite audit, ukuran perusahaan dan umur perusahaan.

1.4 Perumusan Masalah

Dengan latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya maka rumusan masalah penelitian dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah jumlah dewan komisaris mempengaruhi terjadinya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah kinerja perusahaan mempengaruhi terjadinya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?
3. Apakah jumlah komite audit mempengaruhi terjadinya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
4. Apakah ukuran perusahaan mempengaruhi terjadinya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
5. Apakah umur perusahaan mempengaruhi terjadinya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan

Dari rumusan masalah yang ada, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Untuk menguji dan mengkaji mengapa jumlah dewan komisaris mempengaruhi terjadinya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk menguji dan mengkaji mengapa kinerja perusahaan mempengaruhi terjadinya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk menguji dan mengkaji mengapa jumlah komite audit mempengaruhi terjadinya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
4. Untuk menguji dan mengkaji mengapa ukuran perusahaan mempengaruhi terjadinya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
5. Untuk menguji dan mengkaji mengapa umur perusahaan mempengaruhi terjadinya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

b. Manfaat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan data yang dapat dimanfaatkan untuk kepentingan sebagai berikut :

1. Bagi Akademis

Diharapkan dari hasil penelitian bisa dijadikan referensi dan sebagai bahan acuan penelitian yang sama di masa yang akan datang mengenai pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan yang telah diteliti pada penelitian ini

2. Bagi Penulis

- a. Memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan tugas Metodologi Penelitian di Universitas Tarumanagara Jurusan Magister Akuntansi.
- b. Dapat meningkatkan wawasan dan memperdalam pengetahuan dalam memahami seberapa besar pengaruh jumlah dewan komisaris, kinerja perusahaan, jumlah komite audit, ukuran perusahaan dan umur perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan.

3. Bagi Masyarakat Umum dan Praktisi

Bagi masyarakat umum dan praktisi emiten terutama manajer dengan melihat hasil pengaruh jumlah dewan komisaris, kinerja perusahaan, jumlah komite audit, ukuran perusahaan dan umur perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social disclosure* perusahaan, sehingga memudahkan masyarakat dan manajemen dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan manfaat ekonomi di masa yang akan datang juga

dalam mempertahankan dan mengembangkan perencanaan usaha
(*business plan*).

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Definisi Konseptual Variabel

Gray et al. (1995) mengemukakan beberapa teori yang melatarbelakangi perusahaan untuk melakukan pengungkapan sosial, yaitu :

2.1.1 Teori Agensi (*Agency Theory*)

Menurut Jensen dan Meckling (1976), *agency theory* menyatakan bahwa terdapat konflik kepentingan antara manajer (agen) dengan pemegang saham (pemilik). Para pemegang saham berharap agar manajer (agen) bertindak atas kepentingan pemegang saham, namun pada kenyataannya manajer tidak selalu bertindak sesuai dengan kepentingan para pemegang saham. Masalah agensi bukan hanya muncul diantara pemegang saham dan manajer akan tetapi dalam hubungan antara pemegang saham dan pemberi pinjaman. Pemberi pinjaman akan melakukan pengawasan kepada manajer perusahaan atas nama pemegang saham, kemudian biaya yang timbul dari pengawasan tersebut, dikenal sebagai biaya agensi (Gitman dan Zutter, 2012). Biaya agensi adalah biaya-biaya yang dikeluarkan sehubungan dengan pengawasan manajemen untuk memastikan bahwa manajemen bertindak sesuai dengan perjanjian kontraktual perusahaan dengan kreditur dan pemegang saham (Mayangsari, 2001).

2.1.2 Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Menurut Gray et al (1996:46) bahwa dasar pemikiran teori ini adalah sebuah organisasi atau perusahaan akan berlanjut keberadaannya apabila masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi sesuai dengan sistem nilai masyarakat itu sendiri. Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk dapat memberikan keyakinan bahwa kinerja perusahaan dapat diterima oleh masyarakat. Legitimasi masyarakat merupakan faktor kunci bagi perusahaan agar dapat mengembangkan perusahaan di masa yang akan datang. Hal tersebut dapat digunakan sebagai sarana untuk memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat yang semakin maju.

Legitimasi organisasi menurut O'Donovan (2002) merupakan sumber potensial bagi organisasi agar dapat bertahan hidup. Legitimasi organisasi adalah sesuatu yang diinginkan dan dicari oleh perusahaan dari masyarakat atau sesuatu yang diberikan masyarakat kepada organisasi.

Teori legitimasi secara eksplisit mengakui bahwa bisnis dibatasi oleh kontrak sosial yang menjelaskan bahwa perusahaan bersedia menunjukkan berbagai aktivitas sosial perusahaan agar tujuan perusahaan dapat diterima oleh masyarakat sehingga kelangsungan hidup perusahaan dapat terjamin (Reverte, 2009). Perusahaan dalam menjalankan kontrak sosial lingkungan juga harus mematuhi norma-norma yang terdapat di lingkungan masyarakat agar selaras dengan nilai-nilai sosial yang ada. Suryono (2011) menyatakan bahwa norma perusahaan akan selalu berubah dari waktu ke waktu mengikuti perkembangan sehingga perusahaan harus mampu mengikuti perkembangannya. Usaha

perusahaan mengikuti perubahan untuk mendapatkan legitimasi merupakan suatu proses yang dilakukan secara berkesinambungan.

Legitimasi organisasi dilihat sebagai sesuatu yang dicari perusahaan untuk dapat bertahan hidup (*going concern*). Perusahaan mengupayakan pengakuan atau legitimasi baik dari investor, kreditor, konsumen, pemerintah maupun masyarakat untuk dapat bertahan hidup. Menurut Hidayati dan Murni (2009) untuk memperoleh legitimasi dari investor, perusahaan dapat meningkatkan return saham bagi investor. Untuk memperoleh legitimasi dari kreditor, perusahaan meningkatkan kemampuan dalam mengembalikan hutang. Untuk memperoleh legitimasi dari konsumen, perusahaan senantiasa meningkatkan mutu produk dan layanan. Untuk mendapatkan legitimasi dari pemerintah, perusahaan mematuhi segala peraturan perundang-undangan yang ditetapkan oleh pemerintah. Untuk memperoleh legitimasi dari masyarakat, perusahaan melakukan aktivitas sebagai bentuk pertanggungjawaban sosial.

2.1.3 Teori Stakeholders (*Stakeholders Theory*)

Menurut Gr Stakeholder adalah orang atau kelompok yang mempunyai kepemilikan atau klaim, atau kepentingan di dalam perusahaan dan kegiatannya di masa lalu, sekarang, atau masa depan (Clarkson, 1995). Teori stakeholder adalah teori yang menjelaskan mengenai tanggung jawab dan bagaimana perusahaan menciptakan nilai bagi organisasi dan lingkungannya. Tujuan dari teori ini adalah untuk menjelaskan sifat hubungan antara organisasi dan orang-orang yang

memiliki kepentingan dalam operasi dan hasil kegiatan usaha organisasi (Benn & Bolton, 2013).

Gagasan *business-driven perspective* mengenai teori stakeholder yang menyatakan bahwa organisasi memiliki kelompok pemangku kepentingan yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh kelompok tersebut dimana interaksi yang terjadi akan berdampak pada pemangku kepentingan tertentu dan organisasi yang akan menghasilkan perspektif yang menonjol yang akan mempengaruhi pilihan strategis dari kelangsungan hidup perusahaan, sehingga untuk mencapai kemakmuran dalam menjalankan aktivitas bisnisnya diperlukan relasi yang baik antara organisasi, komunitas, atau konstitusi selain yang bersentuhan langsung dengan perusahaan (Kakabadse, Rozuel, & Davies, 2005). Hal ini menyebabkan perusahaan akan mempertimbangkan kepentingan dari para pemangku kepentingan, salah satunya dalam hal pertanggungjawaban aktivitas sosial perusahaan.

2.1.4 Teori Signal (*Signalling Theory*)

Teori sinyal berasumsi bahwa setiap informasi yang diterima oleh masing-masing pihak tidaklah sama atau informasi asimetris. Teori ini menunjukkan adanya perbedaan informasi yang diperoleh antara manajemen perusahaan dengan para pemangku kepentingan dalam perusahaan. Oleh sebab itu, teori sinyal menekankan pada pentingnya informasi yang diungkapkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi para investor. Informasi merupakan unsur penting bagi investor karena menyajikan gambaran mengenai kondisi perusahaan di masa

lalu, saat ini maupun di masa yang akan datang dalam kaitannya dengan *going concern* perusahaan.

Informasi yang dipublikasi sebagai suatu pengumuman akan memberikan signal bagi investor dalam pengambilan keputusan informasi (Jogiyanto, 2000:392). Jika pengumuman mengandung nilai positif, maka pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman diterima oleh pasar. Pada saat pengumuman telah diterima, maka pelaku pasar akan terlebih dahulu menganalisis informasi tersebut sebagai signal baik (*good news*) atau signal buruk (*bad news*). Suatu informasi dikatakan bermanfaat apabila pesan yang terkandung dalam informasi tersebut dapat memengaruhi perilaku investor dalam pengambilan keputusan.

Laporan tahunan dapat menjadi salah satu jenis informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan yang dapat menjadi signal bagi pihak di luar perusahaan. Informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan dapat berupa informasi akuntansi yaitu laporan yang berkaitan dengan laporan keuangan dan non-keuangan perusahaan. Pengungkapan tanggung jawab sosial yang tepat dan sesuai dengan harapan *stakeholders* digunakan sebagai sinyal *goodnews* yang diberikan oleh pihak manajemen kepada publik bahwa perusahaan memiliki prospek bagus di masa depan dan memastikan terciptanya *sustainability development*.

2.1.5 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

2.1.5.1 Definisi Pengungkapan *Corporate Social* (CSR)

Menurut Gray *et.al*, *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSR) atau pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok yang berkepentingan dan masyarakat secara keseluruhan, hal tersebut memperluas tanggung jawab perusahaan di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham.

Sifat dan volume pelaporan mengenai pertanggungjawaban sosial perusahaan bervariasi antar waktu dan antar negara, hal ini disebabkan isu yang dipandang penting di suatu negara mungkin kurang penting bagi negara lain. Pengungkapan informasi sosial di dalam laporan tahunan atau laporan terpisah adalah untuk mencerminkan tingkat akuntabilitas, responsibilitas, dan transparansi korporat kepada investor dan *stakeholders* lainnya. Pengungkapan tersebut bertujuan untuk menjalin hubungan komunikasi yang baik dan efektif antara perusahaan dengan publik dan *stakeholders* lainnya tentang bagaimana perusahaan telah mengintegrasikan *Corporate Social Responsibilities* (CSR) dalam setiap aspek kegiatan operasinya (Hackston dan Milne, 1996:78).

Konsep *CSR* dewasa ini sangat populer, namun belum dijumpai keseragaman dalam mendefinisikan konsep *CSR*. *CSR* adalah sebuah konsep yang berkembang dengan cepat, sehingga definisinya pun juga bisa berubah-ubah menyesuaikan dengan perkembangannya. Ini semua menyebabkan perbincangan di antara para praktisi maupun akademisi.

Banyak pakar yang telah mencoba mengemukakan definisi atau pengertian dari CSR. Diantaranya adalah definisi CSR menurut Pasal 1 butir 3 UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yaitu, komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat umumnya.

Menurut Lawrence dan Weber, tanggung jawab sosial perusahaan adalah :

“Corporate Social Responsibility means that a corporation should be held accountable for any of its actions that affect people, their communities, and environment. It implies that harm to people and society should be acknowledged and corrected if at all possible. It may require a company to forgo some profits if its social impacts seriously hurt some of its stakeholders or if its fund can be used to have a positive social impact.”
Lawrence dan Weber (2008) :45-46)

Kotler dan Lee mendefinisikan tanggung jawab sosial perusahaan sejalan dengan pengertian-pengertian sebelumnya yaitu :

“Corporate Social Responsibility is a commitment to improve community well-being through discretionary business practices and contribution of corporate resources.” Kotler dan Lee (2005:3).

Sedangkan menurut, Elkington (1997) mengemukakan bahwa :

“Sebuah perusahaan yang menunjukkan tanggung jawab sosialnya, akan memberikan perhatian kepada peningkatan kualitas perusahaan (profit), masyarakat (people), serta lingkungan hidup (planet)”.

2.1.5.2 Pengertian Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR)

Berdasarkan uraian definisi-definisi di atas, secara singkat dapat dijelaskan bahwa CSR merupakan pengungkapan secara sukarela atas komitmen yang berkelanjutan dari suatu perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi secara positif kepada pelanggan, karyawan, masyarakat, lingkungan, serta

stakeholders lainnya secara seimbang. Kegiatan *CSR* yang dilandaskan pada komitmen berkelanjutan ini sebagai cara untuk meraih kepercayaan *stakeholders* dan mendapatkan nilai lebih bagi perusahaan.

2.1.5.3 Prinsip-Prinsip Dalam *CSR*

Lawrence, Weber dan Post membedakan dua prinsip *CSR*, yaitu :

- 1) Prinsip amal (*charity principles*)
- 2) Prinsip pelayanan (*stewardship principles*)

Perbedaan kedua prinsip ini terletak pada perbedaan kesadaran dan lingkup keterlibatan. Ciri-ciri yang membedakan kedua prinsip ini adalah :

Tabel 2.1 Perbedaan Prinsip Amal dan Prinsip Pelayanan

Ciri-Ciri	Prinsip Amal	Prinsip Pelayanan
Definisi	Bisnis seharusnya memberikan bantuan sukarela kepada orang atau kelompok yang memerlukan	Sebagai agen publik, tindakan bisnis seharusnya mempertimbangkan semua kelompok pemangku kepentingan yang dipengaruhi oleh keputusan dan kebijakan perusahaan.
Tipe Aktivitas	Filantropi korporasi : tindakan sukarela untuk menunjang citra perusahaan.	Mengakui adanya saling ketergantungan perusahaan dengan masyarakat, menyeimbangkan kepentingan dan kebutuhan semua ragam kelompok di masyarakat
Contoh	Mendirikan yayasan amal,	Pribadi yang tercerahkan, memenuhi

	berinisiatif untuk menanggulangi masalah social, bekerja sama dengan kelompok masyarakat yang memerlukan.	ketentuan hukum, menggunakan pendekatan <i>stakeholder</i> dalam perencanaan strategis perusahaan.
--	---	--

Sumber : Agoes dan Ardana (2009:92)

2.1.5.4 Standard Sustainability Report

Bagi perusahaan yang menerapkan *CSR*, ada beberapa perbedaan teknik pelaporan dalam laporan tahunannya. Oleh karena itu pada tahun 1997, *the Boston-based Coalition on Environmentally Responsible Economies (CERES)* bekerjasama dengan *Tellus Institute* mempunyai misi merancang, mengembangkan dan menyebarluaskan pedoman penerapan *Sustainability Reporting*. Organisasi ini dinamakan *Global Reporting Initiative (GRI)*.

Menurut www.csrindonesia.com, GRI adalah :

“Suatu institusi independen yang melibatkan partisipasi aktif dari perwakilan organisasi bisnis, akuntansi, investasi, lingkungan, hak asasi manusia, penelitian, serta organisasi buruh atau pekerja dari seluruh penjuru dunia”.

The Global Reporting Initiative (GRI) telah mengembangkan kerangka kerja yang membedakan antara kegiatan ekonomi, sosial dan lingkungan dari sebuah perusahaan. Baik *GRI*, dimensi sosial yang berkelanjutan menangkap dampak dari sebuah aktivitas organisasi terhadap masyarakat, termasuk karyawan, pelanggan, komunitas, rantai pasokan, dan rekan bisnis. Aktivitas tersebut mencakup : *the workplace, human rights, suppliers*, dan *product* serta *services*.

Berdasarkan *Sustainability Reporting Guideliness* (2002:23) yang dikeluarkan oleh *GRI*, prinsip-prinsip yang harus dipenuhi dalam teknik pelaporan dikelompokkan ke dalam 4 kluster yaitu :

- a) Membentuk kerangka pelaporan (*transparency, inclusiveness, auditability*);
- b) Melaporkan mengenai isi pelaporan (*completeness, relevance, sustainability context*);
- c) Menghubungkan jaminan kualitas dan kepercayaan (*accuracy, neutrality, comparability*);
- d) Melaporkan mengenai ketersediaan dari laporan (*clarity, timeliness*);
- e) Peraturan mengenai Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia.

Salah satu penyebab lamanya pelaksanaan *CSR* di Indonesia adalah tidak adanya instrumen hukum yang komprehensif yang mengatur *CSR*. Instrumen hukum sangat diperlukan sekali untuk mendorong pelaksanaan *CSR* di Indonesia. Oleh sebab itu, pemerintah telah berupaya dengan mengesahkan Undang-Undang No. 40 tahun 2007 Pasal 74 tentang Perseroan Terbatas. Peraturan ini telah secara jelas mencantumkan adanya kewajiban setiap perusahaan dalam kaitannya dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan sekitarnya.

Rumusan pasal 74 UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dapat dijabarkan oleh sebagai berikut :

- 1) Pasal 74 ayat (1) UU PT : Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/ atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.

- 2) Pasal 74 ayat (2) UU PT : Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
- 3) Pasal 74 ayat (3) UU PT : Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksudkan pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- 4) Pasal 74 ayat (4) UU PT : Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Ketentuan yang disebutkan dalam ayat (1), (2) dan (3) Pasal 74 UU No. 40 tahun 2007 adalah peraturan yang memayungi pelaksanaan CSR di Indonesia. Dengan demikian sesuai dengan amanah yang diberikan oleh Undang-Undang Perseroan Terbatas tersebut, maka setiap Perseroan Terbatas dapat menjalankan kewajibannya dalam kaitannya dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan sekitarnya.

Ikatan Akuntan Indonesia dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan nomor 1 (IAI, 2009:1.2) menyatakan :

“Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri di mana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting.”

2.1.6 Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan merupakan sesuatu yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dalam periode tertentu dengan mengacu pada standar yang ditetapkan. Kinerja perusahaan hendaknya merupakan hasil yang dapat diukur dan menggambarkan kondisi empirik suatu perusahaan dari berbagai ukuran yang disepakati. Jadi, dapat disimpulkan bahwa kinerja adalah kemampuan, usaha, dan kesempatan personel, tim, atau unit organisasi dalam melaksanakan tugasnya untuk mewujudkan sasaran strategik yang telah ditetapkan. Keberhasilan pencapaian strategik yang menjadi basis pengukuran kinerja perlu ditentukan ukurannya, dan ditentukan inisiatif strategik untuk mewujudkan sasaran-sasaran tersebut. Sasaran strategik beserta ukurannya kemudian digunakan untuk menentukan target yang dijadikan basis penilaian kinerja. Oleh karena itu, pengukuran kinerja adalah tindakan pengukuran yang dapat dilakukan terhadap aktivitas dari berbagai rantai nilai yang ada pada perusahaan. Hasil pengukuran tersebut kemudian digunakan sebagai umpan balik yang akan memberikan informasi tentang pelaksanaan suatu rencana di mana perusahaan memerlukan penyesuaian atas aktivitas perencanaan dan pengendalian tersebut. Pada penelitian ini kinerja perusahaan didasarkan pada *Return on Asset (ROA)* perusahaan.

2.1.7 Jumlah Komite Audit

American Institute of Certified Public Accountants (AICPA) mendefinisikan komite audit sebagai komite yang dibentuk oleh dewan komisaris dengan tujuan untuk mengawasi proses akuntansi dan pelaporan keuangan serta

audit laporan keuangan. Komite audit merupakan cerminan dari dewan komisaris (Alleyne, Howard, & Greenidge, 2006). Dimana mereka memiliki posisi yang unik dalam kerangka akuntabilitas perusahaan karena mereka memberikan dimensi konstruktif dalam membantu komisaris menjalankan tanggung jawab organisasi (Braiotta, Gazzaway, Colson, & Ramamoorti, 2010). Menurut Keputusan Menteri Nomor 117 tahun 2002, tujuan dibentuknya komite audit adalah membantu komisaris atau dewan pengawasan dalam memastikan efektivitas sistem pengendalian internal dan efektivitas pelaksanaan tugas auditor eksternal dan auditor internal. BAPEPAM dalam Surat Edaran 2003 menyatakan bahwa tujuan komite audit adalah membantu direksi untuk meningkatkan kualitas laporan keuangan, menciptakan iklim disiplin dan pengendalian yang dapat mengurangi kesempatan terjadinya penyimpangan dalam pengelolaan perusahaan, meningkatkan efektivitas fungsi audit internal maupun eksternal audit dan mengidentifikasi hal-hal yang memerlukan perhatian dewan komisaris.

2.1.8 Ukuran Perusahaan

2.1.8.1 Definisi Ukuran Perusahaan

“Ukuran Perusahaan (*size*) adalah besar kecilnya perusahaan.” (Nuryaman, 2009). Perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, di mana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Di samping itu perusahaan besar merupakan

emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan (Sembiring, 2005). Pada penelitian ini ukuran perusahaan (*size*) didasarkan pada jumlah aset perusahaan.

2.1.8.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan (*Size*) Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengungkapan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan, dan perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan semakin luas. (Cowen et, 1987)

2.1.9 Umur Perusahaan

Umur perusahaan menunjukkan berapa lama perusahaan tersebut dibentuk dan beroperasi. Menurut Sri dan Sawitri (2011) bahwa semakin lama perusahaan itu beroperasi maka masyarakat akan lebih banyak mengetahui informasi tentang perusahaan tersebut. Perusahaan yang telah lama berdiri disertai dengan jam kerja yang tinggi akan lebih banyak mengumpulkan, memproses, dan menghasilkan informasi tentang perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Nofandrilla (2008)

menyatakan bahwa umur perusahaan dapat menunjukkan bahwa perusahaan tetap eksis dan mampu bersaing. Menurut Untari (2010), bahwa perusahaan yang berumur lebih tua tidak harus melakukan pengungkapan sosial yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang terbilang masih berumur muda. Perusahaan yang berumur lebih tua 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. Dengan demikian perusahaan tidak perlu mengungkapkan semua informasi yang dimilikinya.

Dengan demikian, umur perusahaan dapat dikaitkan dengan kinerja keuangan suatu perusahaan. Perusahaan yang berumur lebih tua memiliki pengalaman lebih banyak dan mengetahui kebutuhan konstituennya atas informasi tentang perusahaan. Umur perusahaan juga menunjukkan bahwa perusahaan dapat mengatasi hambatan yang terjadi di dalam perusahaan tersebut sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor.

2.2 Kaitan antar Variabel

Penelitian mengenai tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan telah banyak dilakukan, baik oleh peneliti yang berasal dari dalam negeri maupun dari luar negeri.

Dewan komisaris adalah wakil *shareholder* dalam perusahaan. Dewan Komisaris memiliki wewenang untuk mengawasi dan memberikan petunjuk dan arahan pada pengelola perusahaan. Perusahaan yang memiliki jumlah dewan

komisaris yang lebih besar akan lebih mudah untuk mengendalikan CEO dan pengawasan yang dilakukan semakin efektif. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, maka tekanan terhadap manajemen akan semakin besar untuk mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial. Dengan mengungkapkan informasi sosial perusahaan, citra perusahaan akan semakin baik (Anggraini, 2006) dan tentunya dewan komisaris menginginkan peningkatan citra perusahaan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005) & Terzhagi (2012). Namun, berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yuliana (2008), Nuryaman (2009), Badjuri (2011) & Lucyanda (2012) yang menyatakan bahwa jumlah dewan komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Kinerja perusahaan yang diprosikan dengan *Return on Asset (ROA)* menunjukkan perbandingan antara laba dengan aset yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut, dengan kata lain *ROA* adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Semakin tinggi tingkat *ROA* perusahaan maka akan semakin besar pengungkapan tanggung jawab sosialnya (Hidayat, 2007). Namun, berbeda dengan Donovan dan Gibson (2000) menyatakan bahwa berdasarkan teori legitimasi, salah satu argumen antara kinerja perusahaan dan tingkat tanggung jawab sosial adalah bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang lebih tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Sebaliknya, pada saat tingkat kinerja perusahaan rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca “good news” kinerja

perusahaan, misalnya dalam lingkup sosial, dan dengan demikian investor akan tetap berinvestasi di perusahaan tersebut. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kinerja perusahaan mempunyai pengaruh yang negatif terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Besarnya komite audit dapat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial karena semakin banyak komite audit, pengawasan yang dilakukan akan semakin maksimal (Djuitaningsih & Marsyah, 2012). Namun sebaliknya menurut Sommer (1991) berpandangan bahwa komite audit di banyak perusahaan masih belum melakukan tugasnya dengan baik. Banyak komite audit yang hanya sekedar melakukan tugas-tugas rutin, seperti review laporan dan seleksi auditor eksternal, dan tidak mempertanyakan secara kritis dan menganalisis secara dalam kondisi pengendalian dan pelaksanaan tanggung jawab oleh manajemen. Penyebabnya diduga bukan saja karena banyak dari antara mereka tidak memiliki kompetensi dan independensi yang memadai, tetapi juga karena banyak yang belum memahami peran pokoknya.

Bukti bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dipengaruhi oleh ukuran perusahaan telah ditemukan dalam penelitian sebelumnya. Hal ini berkaitan dengan *agency theory* yang menyatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan maka biaya keagenan yang muncul juga semakin besar. Untuk mengurangi biaya keagenan tersebut, perusahaan cenderung mengungkapkan informasi yang lebih luas. Teori ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005), Lawer (2008), Nuryaman (2009) & Lucyanda (2012) yang menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial

perusahaan akan meningkat seiring dengan meningkatnya ukuran perusahaan. Perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki tuntutan publik akan informasi yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang berukuran kecil. Namun, berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Umur perusahaan sangat mempengaruhi laporan keuangan perusahaan, karena berkaitan dengan pengembangan dan penumbuhan perusahaan tersebut. Perusahaan yang telah lama berdiri tentunya memiliki pengalaman yang lebih luas dan lebih mengetahui kebutuhan komitmen informasi tentang perusahaan kepada para *stakeholder* sehingga lebih luas dalam mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan. Semakin lama perusahaan tersebut berdiri, maka diharapkan semakin tinggi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosialnya.

Hasil penelitian terdahulu atas variabel-variabel diatas yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan dapat digambarkan dalam table matriks berikut ini :

Tabel 2.2

Hasil Penelitian Terdahulu

No	Peneliti Terdahulu	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Yuliana, Purnomosidhi, Sukoharsono (2008), Jawa Timur, 2008.	Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	X1: Ukuran Perusahaan X2 : Profitabilitas X3 : Profil Perusahaan X4 : Ukuran Dewan	1. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan <i>CSR</i> . 2. Profitabilitas tidak berpengaruh	Variabel X : Ukuran Perusahaan, Dewan Komisaris Variabel Y	Variabel X : Profitabilitas, Profil Perusahaan, Konsentrasi Kepemilikan

		y (CSR) dan Dampaknya terhadap Reaksi Investor	Komisaris X5 : Konsentrasi Kepemilikan Y : Luas Pengungkapan CSR Z : Reaksi Investor	terhadap Pengungkapan CSR. 3. Profil Perusahaan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR. 4. Ukuran Dewan Komisaris tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR. 5. Konsentrasi Kepemilikan berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR. 6. Luas Pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap Reaksi Investor yang diukur menggunakan <i>abnorman return</i> dan volume perdagangan saham.	: Luas Pengungkapan CSR	Variabel Z : Reaksi Investor
2	Untari (2010), Jawa Barat, 2010.	<i>Effect on Company Characteristics Corporate Social Responsibility Disclosures in Corporate Annual Report of Consumption Listed in Indonesia Stock Exchange</i>	X1 : Size Perusahaan X2 : Profitabilitas X3 : Leverage X4 : Umur Y : Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial	1. Size Perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. 2. Profitabilitas Perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. 3. Leverage tidak berpengaruh terhadap	Variabel X : Size Perusahaan, Umur Variabel Y : Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial	Variabel X : Profitabilitas, Leverage

				<p>Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.</p> <p>4. Umur berpengaruh terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.</p> <p>5. <i>Size</i> Perusahaan, Profitabilitas, <i>Leverage</i> & Umur secara bersama-sama mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.</p>		
3	Andreas, Lawer (2008), Riau, 2008.	Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial	<p>X1: Tingkat <i>Leverage</i></p> <p>X2 : <i>Size</i></p> <p>X3 : Profitabilitas Perusahaan</p> <p>X4 : Umur</p> <p>Y : Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial</p>	<p>1. Tingkat <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.</p> <p>2. <i>Size</i> berpengaruh terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.</p> <p>3. Profitabilitas Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.</p> <p>4. Umur tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.</p>	<p>Variabel X : <i>Size</i>, Umur</p> <p>Variabel Y : Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial</p>	<p>Variabel X : Tingkat <i>Leverage</i>, Profitabilitas Perusahaan</p>
4	Sembiring (2005), Sumatera Utara, 2005.	Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung	<p>X1: <i>Company Size</i></p> <p>X2: Profitabilitas</p> <p>X3: <i>Profile</i></p>	<p>1. <i>Company Size</i> berpengaruh signifikan positif terhadap Pengungkapan</p>	<p>Variabel X : <i>Company Size</i>, Ukuran Dewan</p>	<p>Variabel X : Profitabilitas, <i>Profile</i>, <i>Leverage</i></p>

		Jawab Sosial: Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta	X4: Ukuran Dewan Komisaris X5: <i>Leverage</i> Y: Indeks Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial	Tanggung Jawab Sosial. 2. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. 3. <i>Profile</i> berpengaruh signifikan positif terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. 4. Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh signifikan positif terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. 5. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.	Komisaris Variabel Y : Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial	
5	Nuryaman (2009), Jawa Barat, 2009.	Pengaruh Konsentrasi Kepemilikan, Ukuran Perusahaan, dan Mekanisme <i>Corporate Governance</i> Terhadap Pengungkapan Sukarela	X1: Konsentrasi Kepemilikan X2 : Ukuran Perusahaan X3 : Komposisi Dewan Komisaris X4 : Spesialisasi Industri KAP X5 : <i>Return on Investment</i> X6 : <i>Leverage</i> Y : Pengungkapan Sukarela	1. Konsentrasi Kepemilikan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan Sukarela. 2. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan Sukarela. 3. Komposisi Dewan Komisaris tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan Sukarela. 4. Kualitas audit	Variabel X : Ukuran Perusahaan, Komposisi Dewan Komisaris Variabel Y : Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial	Variabel X : Kosentrasi Kepemilikan, Spesialisasi Industri KAP, <i>Return on Investment, Leverage</i>

				<p>dengan proksi Spesialisasi Industri KAP berpengaruh positif terhadap Pengungkapan Sukarela.</p> <p>5. <i>Return on Investment</i> berpengaruh positif terhadap Pengungkapan Sukarela.</p> <p>6. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan Sukarela.</p>		
6	Fajarini SW, Susanto (2009), Semarang, 2009.	Pengaruh Biaya Politis, <i>Leverage</i> dan Kinerja Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawaban Sosial pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia	X1 : Biaya Politis X2 : <i>Leverage</i> X3 : Kinerja Perusahaan Y : Pengungkapan Tanggung Jawaban Sosial	<p>1. Biaya Politis berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawaban Sosial.</p> <p>2. <i>Leverage</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawaban Sosial.</p> <p>3. Kinerja Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan Tanggung Jawaban Sosial.</p> <p>4. Biaya Politis, <i>Leverage</i> & Kinerja Perusahaan secara bersama-sama mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawaban Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan Manufaktur.</p>	Variabel X : Kinerja Perusahaan Variabel Y : Pengungkapan Tanggung Jawaban Sosial	Variabel X : Biaya Politis, <i>Leverage</i>

7	Anggraini (2006), Yogyakarta, 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)	X1: Kepemilikan Manajemen (%) X2 : <i>Financial Leverage (Debt to Equity Ratio)</i> X3 : Ukuran Perusahaan (kapitalisasi pasar) X4 : Tipe Industri X5 : Profitabilitas Y : Pengungkapan Informasi Sosial (<i>Index Global Reporting Initiative</i>)	1. Kepemilikan Manajemen berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan Informasi Sosial. 2. <i>Financial Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan Informasi Sosial. 3. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan Informasi Sosial. 4. Tipe Industri berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan Informasi Sosial. 5. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan Informasi Sosial.	Variabel X : Ukuran Perusahaan Variabel Y :Pengungkapan Informasi Sosial	Variabel X : Kepemilikan Manajemen, <i>Financial Leverage</i> , Tipe Industri, Profitabilitas
8	Badjuri (2011), Semarang, 2011.	Faktor-Faktor Fundamental Mekanisme <i>Corporate Governance</i> , Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> Perusahaan Manufaktur dan Sumber Daya Alam di Indonesia	X1 : Likuiditas X2 : <i>Leverage</i> X3 : Profitabilitas X4 : <i>Size</i> X5 : Saham Publik X6 : Dewan Komisaris X7 : Komisaris Independen X8 : Kepentingan Institusional X9 : Kepentingan Manajerial X10 : Komite Audit	1. Likuiditas tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Disclosure (CSR)</i> . 2. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Disclosure (CSR)</i> . 3. Profitabilitas berpengaruh terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Disclosure (CSR)</i> . 4. <i>Size</i> berpengaruh terhadap	Variabel X : <i>Size</i> , Dewan Komisaris, Komite Audit Variabel Y :Pengungkapan <i>Corporate Social Disclosure (CSR)</i>	Variabel X : Likuiditas, <i>Leverage</i> , Profitabilitas, Saham Publik, Komisaris Independen, Kepentingan Institusional, Kepentingan Manajerial

			Y : Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	Pengungkapan <i>Corporate Social Disclosure (CSR)</i> . 5. Saham Publik tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Disclosure (CSR)</i> . 6. Dewan Komisaris tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Disclosure (CSR)</i> . 7. Komisaris Independen berpengaruh terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Disclosure (CSR)</i> . 8. Kepentingan Institusional tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Disclosure (CSR)</i> . 9. Kepentingan Manajerial tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Disclosure (CSR)</i> . 10. Komite Audit tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Disclosure (CSR)</i> .		
9	Risty, Sany (2015), Jawa Timur, 2015.	Pengaruh Independensi, Keahlian, Frekuensi Rapat, dan	X1 : Independensi Komite Audit X2 : Keahlian Komite Audit	1. Independensi Komite Audit tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan	Variabel X : Jumlah Komite Audit, Ukuran	Variabel X : Keahlian Komite Audit, Frekuensi

		Jumlah Anggota Komite Audit terhadap Penerbitan <i>Sustainability Report</i> ISRA 2008-2012	X3 : Frekuensi Rapat Komite Audit X4 : Jumlah Komite Audit X5 : Ukuran Perusahaan Y : Pengungkapan <i>Sustainability Report</i>	<i>Sustainability Report</i> . 2. Keahlian Komite Audit tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan <i>Sustainability Report</i> . 3. Frekuensi Rapat Komite Audit berpengaruh terhadap Pengungkapan <i>Sustainability Report</i> . 4. Jumlah Komite Audit tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan <i>Sustainability Report</i> . 5. Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan <i>Sustainability Report</i> .	Perusahaan Variabel Y : Pengungkapan <i>Sustainability Report</i>	Rapat Komite Audit, Independensi Komite Audit
10	Rohmah (2015), Jakarta, 2015.	Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Di Dalam Laporan <i>Sustainability</i> (Studi Empiris Pada Perusahaan yang <i>Listing</i> di Bursa Efek Indonesia	X1 : Dewan Komisaris Independen X2 : Kepemilikan Institusional X3 : Kepemilikan Asing X4 : Ukuran Perusahaan X5 : Profitabilitas Y : Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	1. Dewan Komisaris Independen tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> di dalam Laporan <i>Sustainability</i> . 2. Kepemilikan Institusional berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> di dalam Laporan	Variabel X : Ukuran Perusahaan Variabel Y : Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> di dalam Laporan <i>Sustainability</i>	Variabel X : Dewan Komisaris Independen , Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Asing, Profitabilitas

		Tahun 2012 – 2013)	di dalam Laporan <i>Sustainability</i>	<p><i>Sustainability</i>.</p> <p>3. Kepemilikan Asing tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> di dalam Laporan <i>Sustainability</i>.</p> <p>4. Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> di dalam Laporan <i>Sustainability</i>.</p> <p>5. Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> di dalam Laporan <i>Sustainability</i>.</p> <p>6. Dewan Komisaris, Independen, Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Asing, Ukuran Perusahaan & Profitabilitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> di dalam Laporan <i>Sustainability</i>.</p>		
11	Wardani (2012), Jawa Timur, 2012.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Luas	X1 : Ukuran Perusahaan X2 : <i>Leverage</i> X3 : Porsi	1. Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan positif	Variabel X : Ukuran Perusahaan, Umur	Variabel X : <i>Leverage</i> , Porsi Kepemilikan

		Pengungkapan Sukarela	<p>Kepemilikan X4 : Likuiditas X5 : Profitabilitas X6 : Umur Y : Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p>	<p>terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan 2. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh signifikan negatif terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan 3. Porsi Kepemilikan tidak berpengaruh signifikan positif terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan 4. Likuiditas tidak berpengaruh signifikan negatif terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan 5. Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan 6. Umur Perusahaan berpengaruh signifikan negatif terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan</p>	<p>Perusahaan Variabel Y : Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan</p>	<p>n, Likuiditas, Profitabilitas</p>
12	Terzaghi	Pengaruh	X1 : <i>Earning</i>	1. <i>Earning</i>	Variabel X	Variabel X

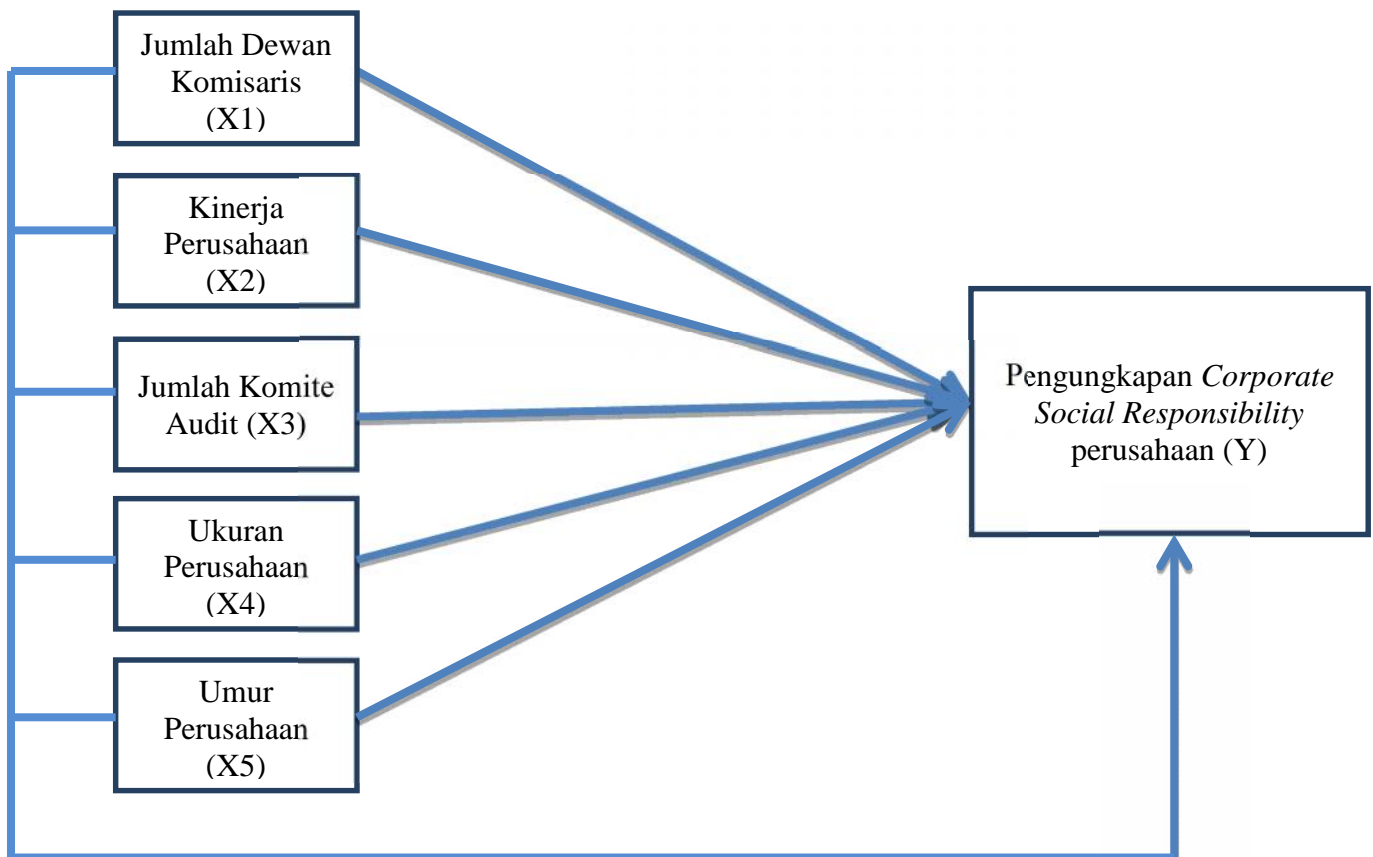
	(2012), Sumatera Selatan, 2012.	<i>Earning Management</i> dan Mekanisme <i>Corporate Governance</i> Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	<i>Mangement</i> X2 : Kepemilikan Manajerial X3 : Kepemilikan Institusional X4 : Ukuran Dewan Komisaris X5 : Komposisi Dewan Komisaris X6 : Komite Audit X7 : Profil Perusahaan Y : Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	<i>Management</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan 2. Kepemilikan Manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. 3. Kepemilikan Institusional tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. 4. Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. 5. Komposisi Dewan Komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. 6. Komite Audit tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. 7. Profil Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.	: Ukuran Dewan Komisaris, Komite Audit Variabel Y : Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	: <i>Earning Management</i> , Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Komposisi Dewan Komisaris, Profil Perusahaan
13	Merina	Pengaruh	X1 : <i>Proper</i>	1. <i>Proper Rank</i>	Variabel X	Variabel X

	(2015), Sumatera Selatan, 2015.	Kinerja Lingkungan Dan Kinerja Keuangan Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	<i>Rank</i> X2 : Profitabilitas (ROA) X3 : <i>Financial Leverage</i> X4 : Ukuran Perusahaan (Size) Y : Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> . 2. Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> . 3. <i>Financial Leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> . 4. Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> .	: Ukuran Perusahaan Variabel Y : Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	: <i>Proper Rank, Profitabilitas, Financial Leverage</i>
14	Lucyanda, Lady Gracia (2012), Jakarta, 2012.	<i>The Influence of Company Characteristics Toward Corporate Social Responsibility Disclosure</i>	X1 : <i>Size</i> Perusahaan X2 : Profitabilitas Perusahaan X3 : <i>Leverage</i> X4 : Dewan Komisaris X5 : <i>Profile</i> X6 : Umur Perusahaan X7 : Kepemilikan Manajemen X8 : Laba Per Saham X9 : Kepedulian Lingkungan X10 : <i>Growth</i> Y : <i>Corporate Social Disclosure</i>	1. <i>Size</i> Perusahaan berpengaruh positif terhadap <i>Corporate Social Disclosure</i> . 2. Profitabilitas Perusahaan berpengaruh positif terhadap <i>Corporate Social Disclosure</i> . 3. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Corporate Social Disclosure</i> . 4. Dewan Komisaris tidak berpengaruh terhadap <i>Corporate Social Disclosure</i> . 5. <i>Profile</i> Perusahaan berpengaruh positif terhadap <i>Corporate Social Disclosure</i> .	Variabel X : <i>Size</i> Perusahaan, Dewan Komisaris, Umur Perusahaan Variabel Y : <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i>	Variabel X : Profitabilitas Perusahaan, <i>Leverage, Profile, Kepemilikan Manajemen , Laba Per Saham, Kepedulian Lingkungan , Growth</i>

				<p>6. Umur Perusahaan tidak berpengaruh terhadap <i>Corporate Social Disclosure</i>.</p> <p>7. Kepemilikan Manajemen tidak berpengaruh terhadap <i>Corporate Social Disclosure</i>.</p> <p>8. Laba Per Saham berpengaruh positif terhadap <i>Corporate Social Disclosure</i>.</p> <p>9. Kepedulian Lingkungan berpengaruh positif terhadap <i>Corporate Social Disclosure</i>.</p> <p>10. <i>Growth</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Corporate Social Disclosure</i>.</p>		
--	--	--	--	--	--	--

2.3 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

Berdasarkan kerangka teoritis yang telah diuraikan di muka maka rancangan penelitian dalam penelitian ini dapat digambarkan seperti pada model dibawah ini.



Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pemikiran

Dengan model penelitian seperti diatas maka dapat disimpulkan hipotesis yang akan dibuat adalah :

H 1 : Jumlah Dewan Komisaris mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan.

- H 2 : Kinerja Perusahaan mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan.
- H 3 : Jumlah Komite Audit mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan.
- H 4 : Ukuran Perusahaan mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan.
- H 5 : Umur Perusahaan mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan.
- H 6 : Jumlah Dewan Komisaris, Kinerja Perusahaan, Jumlah Komite Audit, Ukuran Perusahaan & Umur Perusahaan secara simultan mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan.

BAGIAN III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian yang dipakai oleh peneliti di dalam penelitian ini adalah desain deskriptif. Menurut Aritonang R., (2007); Kerlinger & Lee, (2000); Malhotra (2007) desain deskriptif adalah penelitian yang bertujuan menguji hipotesis yang tidak bersifat kausal, tidak ada variabel yang dimanipulasi atau yang lazim disebut sebagai variabel perlakuan. Adapun yang menjadi variabel independen di dalam penelitian ini adalah jumlah dewan komisaris, kinerja perusahaan, jumlah komite audit, ukuran perusahaan dan umur perusahaan. Variabel dependennya adalah pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan.

3.2 Populasi dan Teknik Pemilihan Sampel

Menurut Erlina (2011), populasi adalah sekelompok entitas yang lengkap yang dapat berupa orang, kejadian, atau benda yang mempunyai karakteristik tertentu, yang berada dalam suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian. Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2012-2016

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2006:55). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan metode *purposive sampling*, yaitu mengambil sampel

yang telah ditentukan sebelumnya berdasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu.

Kriteria penentuan sampel dalam penelitian ini adalah :

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2012-2016.
2. Perusahaan yang tidak delisting dari BEI selama periode pengamatan (tahun 2012-2016)
3. Menerbitkan laporan keuangan yang telah diaudit oleh auditor independen selama tahun 2012-2016
4. Menerbitkan laporan keuangan tahunan selama tahun 2012-2016

3.3 Operasionalisasi Variabel dan Instrumen

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang dianalisis yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah jumlah dewan komisaris, kinerja perusahaan, jumlah komite audit, ukuran perusahaan dan umur perusahaan. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan.

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel

No	Jenis Variabel	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Pengungkapan <i>Corporate Social Disclosure</i>	Dependen	Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan tanggung jawab moral perusahaan baik terhadap karyawan di	Jumlah Butir yang <u>diungkapkan</u> Jumlah butir pengungkapan	Rasio

			perusahaan itu sendiri (internal) dan di luar perusahaan (eksternal), karena perusahaan merupakan bagian dari lingkungan (Tjager, dkk 2003)		
2	Jumlah Dewan Komisaris	Independen	Organ perseoran yang bertugas melakukan pengawasan secara umum dan/ khusus sesuai dengan anggaran dasar serta memberi nasehat ke Direksi.	Jumlah total dewan komisaris pada perusahaan	Rasio
3	Kinerja Perusahaan	Independen	ROA	$\frac{\text{Net Income}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$	Rasio
4	Jumlah Komite Audit	Independen	Organ perseorang yang bertugas membantu direksi untuk meningkatkan kualitas laporan keuangan, menciptakan iklim disiplin dan pengendalian yang dapat mengurangi terjadinya penyimpangan dalam pengelolaan perusahaan.	Jumlah total komite audit pada perusahaan	Rasio

5	Ukuran Perusahaan	Independen	Variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan (Sembiring, 2005)	Size = Ln (Total Aset Perusahaan) (Nur, Denies Prinatinah, 2012)	Rasio
6	Umur Perusahaan	Independen	Jumlah tenggang waktu antara tahun perusahaan pertama kali didirikan sampai dengan tahun laporan tahunan.	Jumlah umur perusahaan	Rasio

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kepustakaan (*library research*), dimana data untuk teori dan metodologi diperoleh dari buku, jurnal dan artikel yang berkaitan dengan topik penelitian yang diperoleh dari perpustakaan dan sumber lainnya guna memperoleh pemahaman mendalam mengenai landasan teori sebagai pedoman dalam melakukan penelitian.

Penelitian ini menggunakan data panel yang merupakan kombinasi dari data *time series* dan data *cross section*. Data panel merupakan kumpulan data *cross section* yang diamati secara simultan dari waktu ke waktu (*time series*).

Menurut Gujarati (2004:637) terdapat beberapa keuntungan menggunakan data panel dibandingkan dengan data *time series* dan *cross section*, diantaranya :

1. Data panel berkaitan dengan perseorangan, perusahaan, kota, dll sehingga terdapat kemungkinan heterogenitas dalam unit tertentu. Estimasi dengan data panel mempertimbangkan heterogenitas tersebut secara eksplisit dengan mengizinkan adanya variabel dengan subjek spesifik.
2. Dengan mengkombinasikan data runtun waktu dan data silang, maka data panel akan memberikan data yang lebih informative, variatif, kecil kemungkinan terjadi kolinieritas antar variabel yang diteliti, dan memiliki derajat kebebasan (*degree of freedom*) yang lebih kuat dan efisien.
3. Dengan mempelajari observasi data runtun waktu, data panel lebih cocok untuk mempelajari dinamika perubahan.
4. Data panel dapat mendeteksi lebih baik dan mengukur dampak yang secara terpisah diobservasi dengan menggunakan data runtun waktu atau data silang.
5. Data panel memungkinkan melakukan kajian model perilaku yang kompleks
6. Dengan menyediakan data untuk beberapa ribu unit, maka data panel dapat meminimalisir bias yang mungkin dihasilkan saat mengumpulkan data individual atau perusahaan dalam kumpulan yang luas.

Data *time series* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah data selama 5 tahun yaitu dari tahun 2012 sampai dengan 2016, sedangkan data *cross section* yang dimaksud adalah data jumlah dewan komisaris, kinerja perusahaan, jumlah komite audit, total aset dan umur perusahaan dalam kurun waktu 2012 – 2016.

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder. Data sekunder diperoleh dengan cara menelusuri laporan keuangan dan laporan tahunan tahun 2012 – 2016 dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dipilih karena perusahaan manufaktur mendominasi perusahaan yang terdaftar di BEI dan adanya UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang menyatakan perlunya perusahaan untuk melampirkan laporan yang menyangkut mengenai pelaksanaan tanggung jawab sosial, di mana termuat dalam laporan tahunan perusahaan, sehingga memungkinkan diperolehnya laporan tahunan tersebut. Pengumpulan data ini bersifat kuantitatif di mana data diperoleh melalui *website* resmi Bursa Efek Indonesia, yaitu www.idx.co.id.

3.5 Teknik Analisis Data

Data dalam penelitian ini dianalisis dengan analisis regresi. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan statistik parametrik. Penelitian ini melakukan analisis deskriptif atas data sekunder yang menguji hipotesis dengan tingkat keyakinan 95% dan toleransi kesalahan 5% atau menggunakan *alpha* (α) sebesar 0,05.

3.5.1. Statistik Deskriptif

Menurut Ghozali (2011:19) statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi data dilihat dari *mean*, standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, *kurtosis* dan *skweness* (kemencengan distribusi). Dalam penelitian ini yang dipakai adalah deskripsi *mean*, maksimum, minimum dan standar deviasi. Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian, tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas (Sugiyono, 2013:21).

3.5.2. Pengujian Asumsi Klasik

Penelitian ini menggunakan analisis model regresi linier berganda, sehingga pengujian asumsi klasik harus dilakukan untuk menguji asumsi yang ada dalam permodelan regresi linier berganda. Pengujian asumsi klasik bertujuan memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Uji asumsi klasik yang dilakukan adalah:

3.5.2.1 Uji Normalitas

Uji distribusi normalitas adalah pengujian untuk mengukur apakah data memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik. Persamaan regresi harus memenuhi sifat kenormalan untuk mencegah adanya varians infinitif yang dapat menyebabkan hipotesis menjadi tidak berarti. Uji

normalitas dapat dilakukan dengan *Chi-Square*, *Kolmogorov-Smirnov*, *Shapiro-Wilk*, dan *Jarque-Bera* (JB).

Pada program *Eviews*, pengujian normalitas atas hipotesis yang dilakukan dengan menggunakan *Jarque-Bera* (JB) dengan ketentuan :

Ho : Data terdistribusi normal

Ha : Data tidak terdistribusi normal

Dasar pengambilan keputusan uji statistik dengan JB yaitu :

Jika nilai *Sig* < 0,05, maka Ho ditolak dan Ha diterima. Hal ini berarti data residual berdistribusi tidak normal.

Jika nilai *Sig* > 0,05, maka Ho diterima dan Ha diterima. Hal ini berarti data residual berdistribusi normal.

Normalitas data juga dapat didasarkan pada nilai *skewness* dan kurtosis. Data terdistribusi normal apabila nilai *skewness* bernilai 0 (nol). Jika nilai *skewness* bernilai 0, maka distribusi data akan membentuk kurva simetris. Jika nilainya < 0, maka data akan melenceng ke kiri dan sebaliknya apabila nilainya > 0, maka distribusi data akan melenceng ke kanan. Pada praktiknya sulit untuk mendapatkan hasil dengan nilai *skewness* sebesar 0, maka untuk membuktikan bahwa data terdistribusi normal setidaknya nilai *skewness* dapat mendekati 0 (nol). Distribusi data dikatakan normal apabila kurtosis bernilai 3 (tiga). Jika nilai kurtosis sebesar 3 (tiga), maka distribusi data akan membentuk kurva mesokurtis (normal). Jika nilainya < 3, maka data akan mendatar (*platykurtis*) dan sebaliknya apabila nilainya > 3, maka distribusi data akan meruncing (*leptokurtis*) (Sarwono, 2016:57).

Asumsi normalitas dapat menjadi tidak terpenuhi apabila kondisi data relative besar, namun pelanggaran atas asumsi tersebut tidak seserius pelanggaran pada asumsi-asumsi yang lain (Nachrowi dan Usman, 2006).

3.5.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antarvariabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi sempurna atau mendekati sempurna antar variabel bebas. Pengujian multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai korelasi antar semua variabel bebas yang diuji. Jika nilai korelasi antar semua variabel bebas yang diuji $< 0,9$ maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas (Hair, 2010).

3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual atau sama dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas, dan jika varians berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Terdapat beberapa cara untuk menguji heteroskedastisitas, yaitu uji *Glejser*, melihat pola titik-titik pada *Scatterplots* Regresi, metode *White*, uji *Goldfeld-Quandt*, uji *Breusch-Pagan*, dan uji *Park*. Pada penelitian ini, uji heteroskedastisitas dilakukan dengan uji *White*. Model

regresi yang layak pakai, atau dengan kata lain, bebas dari masalah heteroskedastisitas dengan uji Koefisien *White* adalah :

Hipotesis yang diuji :

Ho : Tidak terjadi heteroskedastisitas pada sebaran data

Ha : Terjadi heteroskedastisitas pada sebaran data

Ketentuan :

Jika *Sig.* hitung $< 0,05$ berarti Ho ditolak dan Ha diterima; terjadi heteroskedastisitas.

Jika *Sig.* hitung $> 0,05$ berarti Ho diterima dan Ha ditolak; tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.5.2.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya ($t-1$) menurut waktu (*time series*). Uji autokorelasi diperlukan dalam analisis regresi untuk melihat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, di mana tidak boleh terdapat korelasi antara observasi dengan data observasi sebelumnya. Keberadaan autokorelasi dalam model regresi dapat menyebabkan *t-test* dan *F test* menjadi tidak *valid*. Pengujian autokorelasi dapat dilakukan dengan beberapa metode, seperti *Durbin-Watson*, *Lagrange Multiplier*, *Breusch-Godfrey*, dan *Run Test*. Uji autokorelasi dalam penelitian ini menggunakan metode *Breusch-Godfrey* dengan pengujian hipotesis :

Ho : Tidak terdapat korelasi serial pada sebaran data

Ha : Terdapat korelasi serial pada sebaran data

Ketentuan :

Jika *Sig.* hitung $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima; terdapat korelasi serial pada sebaran data.

Jika *Sig.* hitung $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak; tidak terdapat korelasi serial pada sebaran data.

3.5.3 Pengujian Asumsi Klasik pada Data Panel

Model regresi pada data panel dapat disebut sebagai model yang baik apabila memenuhi kriteria *Best, Linier, Unbiased* dan *Estimator* (BLUE). BLUE dapat dicapai jika memenuhi asumsi klasik. Jika kaidah BLUE tidak terpenuhi maka persamaan tersebut diragukan kemampuannya dalam menghasilkan nilai prediksi yang akurat, namun bukan berarti persamaan tersebut tidak bisa digunakan dalam memprediksi. Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah suatu persamaan memenuhi kaidah BLUE.

Regresi data panel dengan pendekatan *common effect* dan *fixed effect* menggunakan pendekatan *ordinar least squared* (OLS) dalam teknik estimasinya. Uji asumsi klasik dengan pendekatan OLS tersebut meliputi uji linieritas, autokorelasi, heterokedastisitas, multikolinearitas dan normalitas, namun tidak semua pengujian perlu dilakukan dalam penelitian dengan regresi data panel. Pengujian linieritas umumnya jarang dilakukan pada setiap model regresi linear karena diasumsikan bahwa semua model bersifat linear. Pengujian autokorelasi hanya dilakukan pada data yang bersifat *time series*, karena pengujian dengan data

yang bersifat *cross section* atau data panel hanya akan menjadi sia-sia. Pengujian multikolinearitas perlu dilakukan pada saat regresi linear menggunakan lebih dari satu variabel bebas, karena jika hanya menggunakan satu variabel bebas maka tidak akan mungkin terjadi multikolinearitas. Pengujian heteroskedastisitas biasanya terjadi pada data yang bersifat *cross section*. Dapat ditarik kesimpulan bahwa regresi data panel tidak menguji semua asumsi klasik, yang diperlukan hanya uji multikolinearitas dan heterokedastisitas dalam metode OLS.

Pengujian asumsi klasik pada data panel yang dilakukan dalam penelitian ini tidak diperlukan karena panel data memungkinkan mempelajari perilaku lebih kompleks yang ada dalam model (Gujarati, 1992). Pengujian asumsi klasik juga tidak dilakukan seperti pengujian asumsi klasik pada umumnya mengingat penelitian ini menggunakan *robust regression*. *Robust regression* digunakan pada penelitian ini didasarkan pada pengujian normalitas dimana hasil pengolahan menunjukkan data tidak terdistribusi normal secara normal. *Robust regression* menunjuk pada distribusi data yang menyimpang dari distribusi teori yang diasumsikan dengan kelebihan mampu mengakomodir struktur *error term* dengan lebih baik dibandingkan dengan model lainnya. *Robust regression* merupakan salah satu alternatif dari *least square regression* yang datanya dipenuhi dengan data yang menyimpang (*outlier*), dimana *outlier* menunjukkan residual yang besar. Residual merupakan perbedaan nilai yang diprediksi dengan persamaan regresi linear dengan nilai observasinya. Idealnya nilai residual semakin kecil semakin valid. Prosedur ini juga berguna untuk mendeteksi observasi yang berpengaruh *influential*. Observasi (data) yang berpengaruh diartikan jika dengan

menghilangkan observasi tersebut akan terjadi perubahan pada estimasi nilai koefisien regresi secara substansial. Pengaruh ini akibat dari adanya data yang menyimpang (*outlier*) dan *leverage*. *Leverage* adalah suatu observasi (data) dengan nilai ekstrim pada variabel bebas. Nilai ini akan menjadi titik *leverage* yang tinggi. *Leverage* berguna untuk mengukur seberapa jauh variabel bebas menyimpang dari rata-ratanya. Jika terdapat *leverage* yang tinggi akan berpengaruh terhadap estimasi nilai koefisien regresi. Jika data yang menyimpang terlalu banyak, maka prosedur ini akan bermanfaat untuk mengatasi masalah tersebut. (Sarwono, 2016:165).

3.6 Teknik Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan suatu prosedur yang dilakukan dengan tujuan untuk menerima atau menolak hipotesis. Nachrowi (2006:16) berpendapat bahwa uji hipotesis berguna untuk menguji signifikansi koefisien regresi yang didapat, dimana koefisien regresi yang dihasilkan harus lebih besar dari 0 agar dapat menjadi bukti dasar untuk menyatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Untuk kepentingan tersebut, maka perlu dilakukan pengujian atas koefisien regresi melalui pengujian hipotesis.

Model analisis yang digunakan untuk menganalisis variabel yang memengaruhi hipotesis penelitian adalah *robust regression* dengan metode *m-estimation*. Regresi *robust* merupakan metode alternatif yang digunakan ketika distribusi dari *error* tidak normal atau ada beberapa *outlier* yang berpengaruh pada model. *Outliers* menunjukkan residual yang besar. Residual merupakan

perbedaan nilai yang diprediksi dengan persamaan regresi linear dengan nilai observasinya. Idealnya nilai residual semakin kecil semakin valid. Jika data yang menyimpang terlalu banyak, maka prosedur ini akan bermanfaat untuk mengatasi hal tersebut (Sarwono, 2016:165). Model persamaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + \beta_3 X_{3it} + \beta_4 X_{4it} + \beta_5 X_{5it} + \epsilon_{it}$$

Keterangan:

Y = Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan

α = Konstanta

β_{1-5} = Koefisien Regresi

i = entitas ke-i

t = periode ke-t

X₁ = Jumlah Dewan Komisaris

X₂ = Kinerja Perusahaan

X₃ = Jumlah Komite Audit

X₄ = Ukuran Perusahaan

X₅ = Umur Perusahaan

ϵ_{it} = Variabel gangguan (*error*)

Persamaan diatas merupakan model regresi linear berganda dari lima variabel independen dan satu variabel dependen. Estimasi model regresi linear berganda bertujuan untuk memprediksi parameter model regresi yaitu nilai konstanta (α) dan koefisien regresi (β). Konstanta biasa disebut dengan intersep dan koefisien

regresi disebut dengan slope. Dalam regresi penggunaan data panel akan menghasilkan nilai intersep dan koefisien regresi yang berbeda pada setiap perusahaan dan setiap periode waktu.

Nilai koefisien regresi bersifat sebagai dasar analisis, dimana jika nilai β bernilai positif (+) maka dapat disimpulkan terjadi pengaruh searah antara variabel independen dengan variabel dependen dan setiap kenaikan nilai variabel independen akan mengakibatkan kenaikan nilai variabel dependen. Demikian sebaliknya, nilai β bernilai negatif (-) menunjukkan terjadi pengaruh berlawanan antara variabel independen dengan variabel dependen dimana setiap kenaikan nilai variabel independen akan mengakibatkan penurunan nilai variabel dependen.

Dalam penelitian ini akan dilakukan pengujian kesesuaian model dan pengujian hipotesis penelitian untuk melihat apakah model penelitian sudah tepat dan layak digunakan untuk menguji data dan hipotesis yang dibangun. Teknik pengujian hipotesis pada penelitian ini terdiri dari :

3.6.1 Uji Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

Uji koefisien determinasi berganda bertujuan untuk mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Penggunaan R^2 memiliki kelemahan yaitu bias terhadap jumlah variabel independen, dikarenakan variabel independen akan meningkatkan R^2 tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen, oleh karena itu digunakan *adjusted* R^2 . Tidak seperti R^2 , nilai *adjusted*

R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.

Nilai *adjusted* R^2 memiliki *range* antara nol dan satu. Apabila nilai *adjusted* R^2 mendekati nol berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai *adjusted* R^2 yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

3.6.2 Uji Parsial (*t-test*)

Uji *t* (*t-test*) digunakan untuk mengetahui dalam suatu model regresi hubungan parsial antara variabel independen (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5) terhadap variabel dependen (Y). Dasar pengambilan keputusan adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu :

1. Bila $\text{sig } t < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Bila $\text{sig } t > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Hipotesis atas uji *t* adalah :

- a. H_0 : tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.
- b. H_a : terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen

3.6.3 Uji Simultan (*F-test*)

Uji *F* digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap

variabel dependen. Dasar dalam pengambilan keputusan adalah dengan membandingkan tingkat signifikansi yang ditetapkan untuk penelitian dengan *Probability Value* dari hasil penelitian (Ghozali, 2011:70).

1. Bila sig F < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima.
2. Bila sig F > 0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak.

Hipotesis atas uji t adalah :

- a. Ho : tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen secara bersama-sama.
- b. Ha : terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen secara bersama-sama.

3.7 Daftar Check List Pengungkapan CSR Menurut GRI

Tabel 3.2 Daftar Indikator Pengungkapan CSR menurut GRI

INDIKATOR EKONOMI	
Kinerja Ekonomi	
EC 1	Nilai ekonomi yang dihasilkan dan didistribusikan secara langsung, termasuk pendapatan, biaya operator, kompensasi kepada karyawan, donasi dan investasi ke masyarakat, laba ditahan serta pembayaran ke penyedia modal pemerintah.
EC 2	Implikasi keuangan dan berbagai risiko dan peluang untuk segala aktivitas perusahaan dalam menghadapi perubahan iklim.

EC 3	Daftar cukupan kewajiban perusahaan dalam perencanaan benefit yang sudah ditetapkan.
EC 4	Bantuan keuangan finansial signifikan yang diperoleh dari pemerintah.
Keberadaan Pasar	
EC 5	Parameter standar upah karyawan dijenjang awal dibandingkan dengan upah karyawan minimum yang berlaku pada lokasi operasi tertentu.
EC 6	Kebijakan, penerapan dan pembagian pembelanjaan pada subkontraktor (mitra kerja) setempat yang ada di berbagai lokasi operasi.
Dampak Ekonomi Tidak Langsung	
EC 7	Pengembangan dan dampak dari investasi infrastruktur dan pelayanan yang disediakan terutama bagi kepentingan publik melalui perdagangan, jasa dan pelayanan ataupun yang sifatnya pro bono.
EC 8	Pemahaman dan penjelasan atas dampak ekonomi secara tidak langsung termasuk luasan dampak.
Praktek Pengadaan	
EC 9	Laporan atas proporsi pengeluaran untuk pemasok lokal di lokasi operasi yang penting.
INDIKATOR LINGKUNGAN	

Material	
EN 1	Material yang digunakan dan diklasifikasikan berdasarkan berat dan ukuran .
EN 2	Persentase material bahan daur ulang yang digunakan
Energi	
EN 3	Pemakaian energi yang berasal dari sumber energi yang utama baik secara langsung maupun tidak langsung.
EN 4	Pemakaian energi yang berasal dari sumber utama dari secara tidak langsung
EN 5	Energi yang berhasil dihemat berkat adanya efisiensi dan konserfasi yang lebih baik.
EN 6	Inisiatif penyediaan produk dan jasa yang menggunakan energi efisien atau sumber daya terbaru serta pengurangan penggunaan energi sebagai dampak dari inisiatif ini.
EN 7	Inisiatif dalam hal pengurangan pemakaian energi secara tidak langsung dan pengurangan yang berhasil dilakukan.
AIR	
EN 8	Total pemakaian air dari sumbernya
EN 9	Pemakaian air yang memberi dampak cukup

	signifikan dari sumber mata air.
EN 10	Persentase dan total jumlah air yang didaur ulang dan digunakan kembali
Keanekaragaman Hayati	
EN 11	Lokasi dan luas lahan yang dimiliki, disewakan , di kelola atau yang berdekatan dengan area yang dilindungi dan area dengan nilai keanekaragaman hayati yang tinggi diluar area yang dilindungi.
EN 12	Deskripsi dampak signifikan yang ditimbulkan oleh aktivitas produk dan jasa pada keanekaragaman hayati yang ada di wilayah yang dilindungi serta area dengan nilai keanekaragaman hayati diluar wilayah yang dilindungi.
EN 13	Habitat yang dilindungi atau dikembalikan kembali.
EN 14	Jumlah spesies yang termasuk dalam data konservasi nasional dan habitat di wilayah yang terkena dampak operasi, berdasarkan resiko kepunahan.
Emisi, Effluent, dan Limbah	
EN 15	Emisi gas rumah kaca secara langsung yang diukur berdasarkan berat (<i>Metric Ton</i>).
EN 16	Emisi gas rumah kaca secara tidak langsung yang diukur berdasarkan berat (<i>Metric Ton</i>).

EN 17	Emisi gas rumah kaca secara tidak langsung yang lain yang diukur berdasarkan berat (<i>Metric Ton</i>)
EN 18	Intensitas Emisi gas rumah kaca
EN 19	Inisiatif untuk mengurangi gas rumah kaca dan pengurangan yang berhasil dilakukan.
EN 20	Emisi dan substansi perusak lapisan ozon yang diukur berdasarkan berat.
EN 21	NO, SO dan emisi udara lain yang signifikan dan diklasifikasikan berdasarkan jenis dan berat.
EN 22	Total air yang dibuang berdasar kualitas dan tujuan.
EN 23	Total air yang dibuang berdasar tipe dan metode pembuangan.
EN 24	Total jumlah dan volume yang dibuang.
EN 25	Berat dari limbah yang ditransportasikan, di import, dieksport atau diolah yang diklasifikasikan berbahaya berdasarkan Basel Convention Annex I,II,III, dan VIII, dan persentase limbah yang dikapal kan secara international.
EN 26	Identitas, ukuran, status yang dilindungi dan nilai keanekaragaman hayati yang terkandung didalam air dan habitat yang ada disekitarnya secara signifikan terkena dampak akibat adanya laporan mengenai

	kebocoran dan pemborosan air yang dilakukan perusahaan.
Produk dan Jasa.	
EN 27	Inisiatif untuk mengurangi dampak buruk pada lingkungan yang diakibatkan oleh produk dan jasa dan memperluas dampak dari inisiatif ini.
EN 28	Persentase dari produk yang terjual dan materi kemasan dikembalikan berdasarkan kategori.
Kesesuaian	
EN 29	Nilai moneter dari denda dan jumlah biaya sanksi-sanksi akibat adanya pelanggaran terhadap peraturan dan hukum lingkungan hidup.
Transport	
EN 30	Dampak signifikan terhadap lingkungan yang diakibatkan adanya transportasi, benda lain dan materi yang digunakan perusahaan dalam operasinya mengirim para pegawainya.
Keselarasan	
EN 31	Jumlah biaya untuk perlindungan lingkungan dan investasi berdasarkan jenis kegiatan.
Penilaian Lingkungan Pemasok	
EN 32	Persentase pemasok baru yang disaring menggunakan

	kriteria lingkungan.
EN 33	Potensial dampak negatif lingkungan di rantai pemasok dan tindakan yang diambil.
Mekanisme Pengaduan Lingkungan	
EN 34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal.
INDIKATOR PRAKTEK TENAGA KERJA DAN KINERJA PEKERJAAN YANG LAYAK	
Pekerjaan	
LA 1	Jumlah total rata-rata atas mempekerjakan tenaga kerja baru dan turnover tenaga kerja berdasarkan kelompok usia, jenis kelamin, dan area.
LA 2	<i>Benefit</i> yang diberikan kepada pegawai tetap tetapi tidak diberikan kepada pegawai sementara atau magang, berdasarkan lokasi operasi.
LA 3	Tingkat kembali bekerja dan retensi setelah cuti parental, berdasarkan jenis kelamin.
Hubungan Tenaga Kerja/ Manajemen	
LA 4	Batas waktu minimum pemberitahuan yang terkait mengenai perubahan kebijakan operasional, termasuk mengenai apakah hal tersebut akan tercantum dalam

	perjanjian bersama
Kesehatan dan Keselamatan Kerja	
LA 5	Persentase total pegawai yang ada dalam struktur formal manajemen, yaitu komite keselamatan dan kesehatan kerja yang membantu yang mengawasi dan memberi arahan dalam program keselamatan dan kesehatan kerja.
LA 6	Tingkat dan jumlah kecelakaan, jumlah hari hilang, dan tingkat absensi yang ada berdasarkan area dan jenis kelamin.
LA 7	Pekerja dengan kejadian atau risiko yang tinggi mengenai penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka.
LA 8	Hal-hal mengenai keselamatan dan kesehatan kerja tercantum secara formal dan tertulis dalam sebuah perjanjian serikat pekerja.
Pendidikan dan Pelatihan	
LA 9	Jam rata-rata pelatihan per tahun per karyawan berdasarkan jenis kelamin dan kategori pegawai.
LA 10	Program keterampilan manajemen dan pendidikan jangka panjang yang mendukung kecakapan para pegawai dan membantu mereka untuk terus berkarya.

LA 11	Persentase para pegawai yang menerima penilaian pegawai atas performa dan perkembangan mereka secara berkala, berdasarkan jenis kelamin dan kategori pegawai.
Keanekaragaman dan Kesempatan Yang Sama	
LA 12	Komposisi badan tata kelola dan penjabaran pegawai berdasarkan kategori, jenis kelamin, usia, kelompok minoritas dan indikasi keanekaragaman lainnya.
Remunerasi Yang Seimbang Untuk Wanita dan Pria	
LA 13	Rasio atas gaji dasar dan remunerasi perempuan untuk pria berdasarkan kategori pegawai : lokasi operasi yang penting.
Penilaian Pemasok untuk Praktek Tenaga Kerja	
LA 14	Persentase pemasok baru yang disaring menggunakan kriteria praktek tenaga kerja.
LA 15	Potensial dampak negatif untuk praktek tenaga kerja di rantai pemasok dan tindakan yang diambil.
Mekanisme Pengaduan Praktek Tenaga Kerja	
LA 16	Jumlah pengaduan tentang praktek tenaga kerja yang diajukan, ditangani dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal.
INDIKATOR HAK ASASI MANUSIA	

Praktik Investasi dan Pengadaan	
HR 1	Persentase dan total jumlah perjanjian investasi yang ada dan mencakup pasal mengenai hak asasi manusia atau telah melalui evaluasi mengenai hak asasi manusia.
HR 2	Total jumlah waktu pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur yang terkait dengan aspek HAM yang berhubungan dengan prosedur kerja, termasuk persentase pegawai yang dilatih.
Non-Diskriminasi	
HR 3	Total jumlah kasus diskriminasi dan langkah penyelesaian masalah yang diambil.
Kebebasan Berserikat dan Daya Tawar Kelompok	
HR 4	Prosedur kerja yang teridentifikasi dimana hak untuk melatih kebebasan berserikat dan perundingan bersama menjadi berisiko dan langkah yang diambil untuk mendukung hak kebebasan berserikat tersebut.
Tenaga Kerja Anak	
HR 5	Prosedur kerja yang teridentifikasi memiliki resiko akan adanya pekerja anak dan langkah yang diambil untuk menghapuskan pekerja anak
Pegawai Paksa dan Wajib	

HR 6	Prosedur kerja yang teridentifikasi memiliki resiko akan adanya pegawai paksa dan wajib, dan langkah yang diambil untuk menghapuskan pegawai paksa dan wajib.
Praktik keselamatan	
HR 7	Persentase petugas keamanan yang dilatih sesuai dengan kebijakan atau prosedur perusahaan yang terkait dengan aspek HAM dan prosedur kerja.
Hak Masyarakat (Adat)	
HR 8	Total jumlah kasus pelanggaran yang berkaitan dengan hak masyarakat adat dan langkah yang diambil.
Penilaian	
HR 9	Jumlah dan persentase atas penilaian ulasan atau dampak atas operasi yang telah dikenakan hak asasi manusia.
Penilaian Pemasok Hak Asasi Manusia	
HR 10	Persentase pemasok baru yang disaring menggunakan kriteria hak asasi manusia.
HR 11	Potensial dampak negatif untuk hak asasi manusia di rantai pemasok dan tindakan yang diambil.
Mekanisme Pengaduan Hak Asasi Manusia	

HR 12	Jumlah pengaduan tentang dampak hak asasi manusia yang diajukan, ditangani dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal.
INDIKATOR KEMASYARAKATAN	
Kemasyarakatan	
SO 1	Persentase operasi yang diterapkan di masyarakat lokal, dampak penilaian dan program pengembangan.
SO 2	Operasi dengan potensial dampak negatif di masyarakat lokal.
Anti Korupsi	
SO 3	Persentase dan total jumlah unit usaha yang dianalisa memiliki resiko terkait tindakan penyuapan dan korupsi
SO 4	Persentase jumlah pegawai yang dilatih dalam prosedur dan kebijakan perusahaan terkait penyuapan dan korupsi
SO 5	Langkah yang diambil dalam mengatasi kasus tindakan penyuapan dan korupsi
Kebijakan Publik	
SO 6	Perolehan keuntungan secara finansial dan bentuk keuntungan lainnya yang diperoleh dari hasil kontribusi kepada partai politik, politisi dan instansi

	terkait oleh Negara
Kelakuan Tidak Bersaing	
SO 7	Jumlah tindakan hukum terhadap pelanggaran ketentuan antipersaingan, anti- <i>trust</i> , dan praktek monopoli serta sanksinya.
Perilaku anti Persaingan (Kepatuhan)	
SO 8	Nilai moneter dari denda dan jumlah biaya sanksi-sanksi akibat pelanggaran hukum dan kebijakan.
Penilaian Pemasok untuk Dampak di Masyarakat	
SO 9	Persentase pemasok baru yang disaring menggunakan kriteria dampak di masyarakat.
SO 10	Potensial dampak negatif di masyarakat di rantai pemasok dan tindakan yang diambil.
Mekanisme Pengaduan atas Dampak di Masyarakat	
SO 11	Jumlah pengaduan tentang dampak di masyarakat yang diajukan, ditangani dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal.
INDIKATOR TANGGUNG JAWAB ATAS PRODUK	
Keselamatan dan kesehatan Konsumen	
PR 1	Proses dan tahapan kerja dalam mempertahankan kesehatan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan produk atau jasa yang dievaluasi untuk

	perbaikan dan persentase dari kategori produk dan jasa yang terkait dalam prosedur tersebut.
PR 2	Jumlah total kasus pelanggaran kebijakan dan mekanisme kepatuhan yaang terkait dengan kesehatan dan keselamatan konsumen dalam keseluruhan proses, diukur berdasarkan hasil akhirnya.
Pemasangan Label bagi Produk dan Jasa	
PR 3	Jenis informasi produk dan jasa yang dibutuhkan dalam prosedur kerja, dan persentase produk dan jasa yang terkait dalam prosedur tersebut.
PR 4	Jumlah total kasus pelanggaran kebijakan dan mekanisme kepatuhan yang terkait dengan informasi produk dan jasa dan pelabelan, diukur berdasarkan hasil akhirnya.
PR 5	Praktek-praktek yang terkait dengan kepuasan konsumen, termasuk hasil survey evaluasi kepuasan konsumen.
Komunikasi Pemasaran	
PR 6	Melaporkan apabila organisasi menjual produk yang dilarang di pasar tertentu.
PR 7	Jumlah total pelanggaran khusus kebijakan dan mekanisme kepatuhan yang terkait dengan komunikasi

	penjualan, termasuk iklan, promosi dan bentuk kerjasama, diukur berdasarkan hasil akhirnya.
Privasi Konsumen	
PR 8	Jumlah total pengaduan yang tervalidasi yang berkaitan dengan pelanggaran privasi konsumen dan data konsumen yang hilang.
Kesesuaian	
PR 9	Nilai moneter dari denda dan jumlah biaya sanksi-sanksi akibat pelanggaran hukum dan kebijakan yang terkait dengan pengadaan dan penggunaan produk dan jasa

Sumber : www.globalreporting.org

BAGIAN IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Diskripsi Subyek Penelitian

Subyek dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2012-2016. Kriteria pemilihan sampel adalah dengan menggunakan *purposive sampling*, di mana pengambilan sampel dilakukan dengan menetapkan ciri yang sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga sampel yang didapat sesuai dengan kriteria yang ditentukan yang berdasarkan pada tujuan penelitian. Adapun kriteria sampel yang ditetapkan adalah perusahaan