

ANALISIS PENGUNGKAPAN INFORMASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN PENGARUHNYA TERHADAP RETURN SAHAM

Riantri Barus

*Mahasiswa Program Studi Magister Akuntansi
Universitas Sumatera Utara, Medan
e-mail: riantribarus@yahoo.com*

Azhar Maksum

*Program Studi Magister Akuntansi
Universitas Sumatera Utara, Medan*

Abstract

This research aims to analyze the factors that influence the CSR information exposure and the impact toward the stock return. The sample of this research is 176 companies that published their annual reports in 2009 on the website of Indonesian Stock Exchange. The analysis of this research is using regression analysis. The finding of this research shows that the company size, the board of commissary size, and the company profile influence the CSR information exposure in the annual report. This finding also indicates that the CSR information exposure influences the stock return. This proves that the investors consider the social aspects in making investment decision.

Keywords: *Corporate Social Responsibility (CSR), company size, board of commissary size, company profile, stock Price.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi CSR dan pengaruhnya terhadap return saham. Sampel sebanyak 176 perusahaan yang mempublikasikan laporan tahunan tahun 2009 pada website BEI, yang dianalisis dengan menggunakan analisis regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan profil perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan informasi CSR pada laporan tahunan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pengungkapan informasi CSR berpengaruh terhadap return saham. Hal ini membuktikan bahwa investor mempertimbangkan aspek sosial dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility (CSR), ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, profil perusahaan, return saham.*

PENDAHULUAN

Isu yang sedang menjadi perhatian masyarakat saat ini yaitu peran suatu perusahaan terhadap lingkungannya, baik lingkungan intern maupun lingkungan ekstern. Isu tersebut dikenal dengan tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dalam konteks global, istilah CSR mulai digunakan sejak tahun 1970-an. CSR semakin populer terutama

setelah kehadiran buku *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business* (1998), karya John Elkington. Elkington mengemas CSR ke dalam tiga fokus 3P, singkatan dari *profit, planet* dan *people*.

Di Indonesia, istilah CSR semakin populer digunakan sejak tahun 1990-an. Beberapa perusahaan sebenarnya telah lama melakukan CSA (*Corporate Social Activity*) atau “aktivitas sosial perusahaan”. Walaupun

tidak menamainya sebagai CSR, secara faktual aksinya mendekati konsep CSR yang merepresentasikan bentuk “peran serta” dan “kepedulian” perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan. Penerapan CSR di Indonesia semakin meningkat baik dalam kuantitas maupun kualitas. Selain kegiatan dan pengelolaannya yang semakin bervariasi, dilihat dari kontribusi finansial, jumlah dana yang dialokasikan dalam penerapan CSR juga semakin besar. Penelitian PIRAC pada tahun 2001 menunjukkan bahwa dana CSR di Indonesia mencapai lebih dari 115 miliar rupiah atau sekitar 11,5 juta dollar AS.

Walaupun penerapan CSR mulai berkembang, tetapi sampai saat ini, pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan masih bersifat sukarela. Dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 Paragraf ke sembilan dinyatakan bahwa industri di mana lingkungan hidup memiliki peranan penting dapat menyajikan laporan tambahan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*). PSAK tersebut tidak secara tegas mengharuskan perusahaan untuk melaporkan tanggung jawab sosial mereka. Pengelompokan, pengukuran, dan pelaporan juga belum diatur. Pelaporan tanggung jawab sosial diserahkan pada masing-masing perusahaan.

Selain diatur dalam PSAK, pengungkapan informasi CSR dalam laporan keuangan juga diatur dalam UU RI No. 40 tahun 2007. Terbitnya UU tersebut menandai perkembangan tanggung jawab sosial perusahaan-perusahaan di Indonesia yang signifikan. Dalam UU tersebut dinyatakan bahwa Direksi menyampaikan laporan tahunan, termasuk laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan, kepada RUPS setelah ditelaah oleh Dewan Komisaris dalam jangka waktu paling lambat 6 (enam) bulan setelah tahun buku Perseroan berakhir. Dalam UU tersebut, dinyatakan bahwa perseroan yang wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam.

Ketentuan tersebut menunjukkan bahwa bagi Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya tidak di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam, tidak wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa secara umum pengungkapan atas pelaksanaan tanggung jawab sosial ataupun lingkungan masih bersifat sukarela (*voluntary*) yang juga akan menyebabkan rendahnya tingkat kesadaran perusahaan untuk mengungkapkan aktivitas sosial dalam laporan tahunannya. Laporan dari Departemen Keuangan (2006) menunjukkan bahwa perusahaan yang mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaannya dalam laporan tahunannya hanya sebanyak 40%.

Di lain pihak, bagi beberapa perusahaan, mereka menganggap bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan bagian dari strategi perusahaan. Perusahaan semakin menyadari pentingnya menerapkan program CSR sebagai bagian dari strategi bisnisnya. Survey global yang dilakukan oleh *The Economist Intelligence Unit* menunjukkan bahwa 88% eksekutif dan investor dari berbagai organisasi menjadikan CSR sebagai pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan mereka (Untung, 2009). Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR dalam laporan keuangan berkorelasi dengan harga saham perusahaan tersebut.

Penelitian tentang pengungkapan informasi CSR sudah pernah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Sembiring (2005) melakukan penelitian mengenai pengaruh karakteristik perusahaan, yang meliputi *size* perusahaan, profitabilitas, *profile* perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Objek penelitian adalah perusahaan-perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta. Hasilnya menunjukkan bahwa *size* perusahaan, *profile* dan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sementara *leverage* dan profitabilitas

berpengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Penelitian lain juga telah dilakukan oleh Susbiyani (2001). Penelitian ini menganalisis pengaruh *size* rasio *leverage*, rasio likuiditas, rasio profitabilitas, dan jenis industri terhadap luasnya pengungkapan sukarela. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa *size* perusahaan dan jenis industri berpengaruh signifikan terhadap luasnya pengungkapan sukarela sedangkan rasio *leverage*, rasio likuiditas, dan rasio profitabilitas tidak berpengaruh.

Anggraini (2006) juga melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi sosial dalam laporan keuangan tahunan pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta. Variabel yang digunakan yaitu prosentase kepemilikan manajemen, *leverage*, ukuran perusahaan, tipe industri, dan profitabilitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persentase kepemilikan manajemen dan tipe industri berpengaruh signifikan terhadap kebijakan perusahaan dalam mengungkapkan informasi sosial perusahaan. Ukuran perusahaan, *leverage* dan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kebijakan pengungkapan informasi sosial perusahaan.

Hackston dan Milne (1996) melakukan penelitian di perusahaan-perusahaan yang ada di New Zealand. Variabel yang digunakannya terdiri atas ukuran perusahaan (*company size*), tipe industri (*industry type*), dan profitabilitas perusahaan (*corporate profitability*). Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa ukuran dan tipe industri berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSD), sedangkan profitabilitas tidak. Hubungan ukuran perusahaan dengan CSD pada industri *high profile* lebih kuat dibandingkan pada industri *low profile*.

Selain di New Zealand, penelitian serupa juga pernah dilakukan di Malaysia oleh Masruki dkk. (2009) dengan mengambil bank-bank Islam sebagai objek penelitian. Variabel yang digunakan adalah *leverage*, ukuran perusahaan (*size*), profitabilitas (*profitability*). Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa

perusahaan yang lebih besar akan melakukan pengungkapan CSR yang lebih banyak. *Leverage* dan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh pengungkapan informasi CSR di laporan tahunan terhadap harga saham pernah diteliti oleh Nurdin (2006) dengan melihat reaksi investor terhadap kualitas pengungkapan sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan. Reaksi investor diukur dengan *abnormal return* dan volume perdagangan saham. Hasilnya menunjukkan bahwa pengungkapan tema-tema sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh terhadap reaksi investor (*abnormal return* saham dan volume perdagangan saham) bagi perusahaan yang masuk dalam kategori *high profile*.

Tujuan Penelitian

Bertolak dari latar belakang masalah dan beberapa penelitian yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana praktik pengungkapan informasi CSR pada perusahaan di Indonesia sebagai wujud tanggung jawab sosial yang dilakukan. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, umur perusahaan, dan profil perusahaan terhadap pengungkapan informasi CSR di dalam laporan tahunan pada perusahaan dan pengaruh pengungkapan informasi CSR tersebut terhadap return saham.

KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility atau tanggung jawab sosial perusahaan dapat diartikan sebagai komitmen perusahaan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perusahaan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya (lihat Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan

Terbatas). Sementara Bank Dunia dalam Maharani (2009), mengartikan CSR sebagai komitmen bisnis untuk berperilaku etis dan berperan serta dalam pembangunan berkelanjutan dengan bekerja sama dengan seluruh pemangku kepentingan guna memperbaiki kehidupan mereka dengan cara yang bermanfaat bagi bisnis, agenda pembangunan berkelanjutan, serta masyarakat umum. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa CSR merupakan program perusahaan yang berkelanjutan untuk ikut serta dalam memelihara dan meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan sosial di sekitarnya.

Program CSR ini akan memberikan dampak (manfaat) jangka panjang bagi perusahaan, yaitu berupa terjaminnya keberlanjutan (*sustainability*) kehidupan perusahaan di masa-masa mendatang. Hal ini sejalan dengan pendapat Wibisono (2007) yang mengemukakan berbagai manfaat yang dapat diperoleh perusahaan dengan penerapan CSR. Manfaat-manfaat tersebut antara lain berupa dipertahankan dan diperbaikinya reputasi dan *brand image* perusahaan, dikurangnya risiko bisnis perusahaan, diperbaikinya hubungan dengan regulator dan *stakeholders* dan sebagainya yang pada akhirnya akan dapat memelihara keberlanjutan eksistensi dan operasional perusahaan.

Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Kehidupan bisnis modern selalu ditandai dengan adanya keterbukaan atau transparansi mengenai berbagai rencana dan aktivitas perusahaan kepada *stakeholders* nya. Di antara berbagai informasi yang seharusnya diungkapkan oleh perusahaan adalah informasi mengenai program CSR, program tanggung jawab sosial perusahaan. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi suatu organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Gray, dkk., 1987).

Terdapat berbagai alasan mengapa perusahaan harus mengungkapkan program

tanggung jawab sosialnya tersebut kepada para *stakeholders*. Wibisono (2007) mengemukakan bahwa secara umum alasan perusahaan melakukan pelaporan tentang tanggung jawab sosial yang mereka lakukan adalah: (1) untuk menunjukkan nilai-nilai yang dianut perusahaan; (2) keinginan untuk menepati/mematuhi standar; (3) sebagai suatu upaya untuk melindungi (proteksi) perusahaan dan sekaligus membangun reputasinya; dan (4) karena adanya keinginan untuk tampil beda.

Dari sudut akuntansi, aturan mengenai pengungkapan penerapan tanggung jawab sosial perusahaan ini belum diatur sebagai sesuatu yang wajib. PSAK belum mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan program tanggung jawab sosial ini dalam laporan tahunannya, sehingga pengungkapannya baru bersifat sukarela saja dan bagaimana bentuk pengungkapannya diserahkan kepada masing-masing perusahaan atau organisasi. Menurut Gray dkk. dalam Sembiring (2005) ada dua pendekatan yang berbeda dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pertama, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mungkin diperlakukan sebagai suatu suplemen dari aktivitas akuntansi konvensional. Pendekatan ini secara umum akan menganggap masyarakat keuangan sebagai pemakai utama pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan cenderung membatasi persepsi tentang tanggung jawab sosial yang dilaporkan. Pendekatan kedua dengan meletakkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada suatu pengujian peran informasi dalam hubungan masyarakat dan organisasi. Pandangan yang lebih luas ini telah menjadi sumber utama kemajuan dalam pemahaman tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan sekaligus merupakan sumber kritik yang utama terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Ukuran perusahaan dan Pengungkapan Informasi CSR

Ukuran *perusahaan* merupakan variabel yang banyak digunakan untuk

menjelaskan pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan yang dibuat. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Hal ini karena perusahaan besar akan menghadapi resiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil. Secara teori perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial. Pengungkapan sosial yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis bagi perusahaan. Dengan mengungkapkan kepedulian pada lingkungan melalui pelaporan keuangan, maka perusahaan dalam jangka waktu panjang bisa terhindar dari biaya yang sangat besar akibat dari tuntutan masyarakat. Perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang berukuran lebih kecil.

Alasan lain adalah perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar dan tentu akan mengungkapkan informasi yang lebih luas pula. Kebijakan seperti ini dilakukan, terutama untuk mengurangi biaya keagenan yang dikeluarkan. Lebih banyak pemegang saham, berarti memerlukan lebih banyak juga pengungkapan, hal ini dikarenakan tuntutan dari para pemegang saham dan para analis pasar modal. Cowen *et.al* dalam Sembiring (2005) menyatakan bahwa perusahaan yang lebih besar mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan dalam laporan tahunan, yang merupakan media untuk menyebarkan informasi tentang tanggung jawab sosial keuangan perusahaan.

Beberapa penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada laporan tahunan. Penelitian Sembiring (2005) misalnya, menunjukkan bahwa ukuran perusahaan (diukur dengan jumlah tenaga kerja) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil yang

sama juga diperoleh oleh Hackston dan Milne (1996) meskipun ukuran perusahaan yang digunakannya berbeda, yaitu berupa total aset. Berdasar uraian di atas dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif terhadap pengungkapan informasi CSR.

Profitabilitas dan Pengungkapan Informasi CSR

Profitabilitas merupakan ukuran penting yang digunakan investor dalam pengambilan keputusan untuk membeli atau menjual saham suatu perusahaan. Profitabilitas juga menjadi salah satu pertimbangan bagi kreditur dalam memberikan pinjaman. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi akan mendorong para manager untuk memberikan informasi yang lebih rinci sehingga dapat meyakinkan investor dan kreditor terhadap profitabilitas perusahaan. Menurut Heinze dalam Hackston dan Milne (1996), profitabilitas perusahaan merupakan faktor yang memungkinkan manajemen untuk bebas dan fleksibel dalam menjalankan program tanggung jawab sosial yang lebih luas. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial.

Beberapa penelitian yang sudah dilakukan menggunakan pengukuran yang berbeda atas variabel profitabilitas ini. Sembiring (2005) menggunakan *earning per share* sebagai proksi profitabilitas, Anggraini (2006) menggunakan *net profit margin*, sedangkan Hackston dan Milne (1996) menggunakan *return on asset*. Hasil yang diperoleh belum mampu menunjukkan pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan informasi CSR perusahaan. Berdasar uraian di atas dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: profitabilitas mempunyai pengaruh positif terhadap pengungkapan informasi CSR.

Ukuran Dewan Komisaris dan Pengungkapan Informasi CSR

UU PT No. 40 Tahun 2007 pasal 66 menyatakan bahwa laporan pelaksanaan

Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan merupakan salah satu laporan yang termasuk dalam laporan tahunan dan harus disampaikan oleh Direksi kepada RUPS setelah ditelaah oleh Dewan Komisaris. Dewan Komisaris bertugas untuk memonitor aktivitas manajemen dalam mengungkapkan informasi. Hal ini ditujukan agar manajemen tidak hanya mengungkapkan informasi yang menguntungkan saja dan berusaha untuk menyembunyikan informasi yang tidak menguntungkan, sehingga transparansi informasi bisa terjamin. Hal ini juga sesuai dengan tugas dan wewenang Dewan Komisaris yaitu menerapkan dan memastikan pelaksanaan manajemen resiko dan GCG, serta menjaga keterbukaan informasi kepada pemegang saham dan publik.

Teori agensi telah digunakan secara luas dalam penelitian yang berhubungan dengan dewan komisaris. Berdasarkan teori agensi, seperti yang diungkapkan dalam penelitian Sembiring (2005), dewan komisaris dianggap sebagai mekanisme pengendalian intern tertinggi yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak. Dalam penelitian tersebut, telah ditemukan bahwa ukuran atau jumlah anggota dewan komisaris berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan kata lain, semakin banyak jumlah anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan, maka pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuat perusahaan akan semakin luas. Berdasar uraian di atas dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3: Ukuran dewan komisaris mempunyai pengaruh positif terhadap pengungkapan informasi CSR.

Umur perusahaan dan Pengungkapan Informasi CSR

Umur perusahaan dapat diduga memiliki hubungan positif dengan pengungkapan informasi CSR pada laporan tahunan. Alasan yang mendasarinya adalah bahwa perusahaan yang lebih tua memiliki pengalaman yang lebih banyak dalam mempublikasikan laporan tahunan. Perusahaan yang memiliki pengalaman lebih banyak akan

lebih mengetahui kebutuhan *stakeholdersnya* akan informasi tentang perusahaan. Alasan lain adalah bahwa perusahaan yang lebih tua akan berusaha untuk menjaga citra perusahaannya di mata *stakeholders*. Dengan demikian perusahaan akan berusaha untuk memenuhi kebutuhan informasi *stakeholdersnya*, dan satu di antara informasi yang diungkapkannya adalah informasi mengenai tanggung jawab sosialnya. Berdasar uraian di atas dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4: Umur perusahaan mempunyai pengaruh positif terhadap pengungkapan informasi CSR.

Profil perusahaan dan Pengungkapan Informasi CSR

Dampak yang ditimbulkan perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat tergantung pada jenis atau karakteristik operasi perusahaan tersebut. Karakteristik operasi perusahaan yang menghasilkan dampak sosial yang tinggi terhadap lingkungan dan masyarakat akan menuntut pemenuhan tanggung jawab sosial yang lebih tinggi pula. Pelaksanaan tanggung jawab sosial akan ditunjukkan kepada publik melalui pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan. Dengan demikian, tipe industri merupakan faktor potensial yang dapat mempengaruhi praktek pengungkapan sosial dalam laporan tahunan.

Dierkes dan Preston dalam Hackston dan Milne (1996) mengatakan bahwa perusahaan yang memiliki aktivitas ekonomi yang memodifikasi lingkungan, seperti industri ekstraktif, lebih mungkin mengungkapkan informasi mengenai dampak lingkungan dibandingkan industri yang lain. Cowen dkk. dalam Hackston dan Milne (1996) mengatakan bahwa perusahaan yang berorientasi pada konsumen diperkirakan akan memberikan informasi mengenai pertanggungjawaban sosial karena hal ini akan meningkatkan *image* perusahaan dan mempengaruhi penjualan.

Perusahaan yang termasuk dalam industri yang *high-profile* akan memberikan informasi sosial lebih banyak dibandingkan perusahaan yang *low-profile*. Roberts dalam

Hackston dan Milne (1996) mendefinisikan industri yang *high-profile* adalah industri yang memiliki visibilitas konsumen, risiko politik yang tinggi, atau menghadapi persaingan yang tinggi. Perusahaan-perusahaan yang termasuk dalam kelompok *high profile* adalah perusahaan otomotif, penerbangan dan minyak sebagai industri. Patten dalam Hackston dan Milne (1996) mengelompokkan industri pertambangan, kimia dan kehutanan sebagai industri yang *high-profile*.

Penelitian-penelitian terdahulu yang sudah dilakukan baik di dalam maupun di luar negeri menunjukkan bahwa profil perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada laporan keuangan. Di antara penelitian-penelitian tersebut adalah Sembiring (2005), Anggraini (2006), dan Hackston dan Milne (1996). Begitu pula penelitian yang dilakukan oleh Mirfazli dan Nurdiono (2007) dengan menggunakan analisis uji beda rata-rata juga menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang cukup signifikan dalam penyajian jumlah pengungkapan sosial seluruh tema antara perusahaan dalam kelompok aneka industri *high profile* dengan perusahaan dalam kelompok aneka industri *low profile*.

H5: Profil perusahaan mempunyai pengaruh positif terhadap pengungkapan informasi CSR.

Pengungkapan Informasi CSR dan *Abnormal Return* Saham

Informasi merupakan kebutuhan yang mendasar bagi para investor dan calon investor untuk pengambilan keputusan. Adanya informasi yang lengkap, akurat serta tepat waktu memungkinkan investor untuk melakukan pengambilan keputusan secara rasional sehingga hasil yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan. Suatu informasi dapat dikatakan mempunyai nilai guna bagi investor apabila informasi tersebut memberikan reaksi untuk melakukan transaksi di pasar modal. Reaksi pasar terhadap informasi dalam publikasi ditunjukkan oleh adanya perubahan harga saham. Perubahan harga saham, umumnya dinyatakan dengan ukuran *abnormal*

return (Amirudin dkk., 2003). *Abnormal Return* atau *excess return* merupakan kelebihan dari return yang sesungguhnya terjadi terhadap *normal return*. *Abnormal return* juga diartikan sebagai selisih antara *return* sesungguhnya yang terjadi dengan *return* ekspektasi (Hartono, 2000).

Gray dkk. dalam Nurdin (2006) menyatakan bahwa informasi sosial dan lingkungan dibutuhkan investor dalam pengambilan keputusan investasi. Kelana dan Wijaya dalam Nurdin (2006) menyatakan bahwa aspek kepercayaan (*belief*) dari investor merupakan salah satu aspek yang sangat berpengaruh dalam pasar saham. Oleh sebab itu, suatu *announcement/disclosure* akan ditanggapi oleh investor dengan beragam.

Penelitian tentang pengaruh pengungkapan informasi CSR pada laporan keuangan terhadap kinerja keuangan yang sudah dilakukan menunjukkan bahwa pengungkapan informasi CSR berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Misalnya penelitian Almilia dan Wijayanti (2007) tentang pengaruh *environmental disclosure* terhadap *economic performance*. Hasilnya menunjukkan bahwa *environmental disclosure* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *economic performance*. Demikian juga dengan penelitian Nurdin (2006) tentang pengaruh kualitas pengungkapan sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan terhadap reaksi investor. Hasilnya menunjukkan bahwa pengungkapan informasi sosial dan lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *abnormal return* saham.

Berdasar uraian di atas dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H6: Pengungkapan informasi CSR di dalam laporan tahunan berpengaruh terhadap *abnormal return* saham pada perusahaan yang terdaftar di BEI.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada tahun 2010 dengan mengambil objek penelitian seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Jadi, yang menjadi populasi

dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yaitu sebanyak 408 perusahaan. Sampel dipilih secara *purposive* yaitu perusahaan yang mempublikasikan laporan tahunan dalam tahun 2009. Data diperoleh dengan mendownload semua laporan tahunan untuk tahun 2009 yang dipublikasikan di www.idx.com. Laporan tahunan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keuangan. Perusahaan yang mempublikasikan laporan tahunan untuk tahun 2009 sampai dengan bulan Mei 2010 yaitu sebanyak 174 perusahaan. Sesuai dengan kriteria di atas maka jumlah sampel adalah sebanyak 174 perusahaan.

Penelitian ini merupakan *event study* dengan *windows periods* 11 hari perdagangan yaitu pengujian berdasarkan pengamatan harga saham lima hari sebelum tanggal pengumuman, pada saat pengumuman dan lima hari setelah tanggal pengumuman. Pemilihan *windows period* 11 hari untuk menghindari *confounded effect*. Jika menggunakan lebih dari 11 hari, maka ada unsur-unsur lain atau pengumuman lain yang dapat mempengaruhi hasil penelitian ini, sebaliknya jika menggunakan *windows period* lebih pendek dari 11 hari maka ada kemungkinan belum ada pengaruhnya.

Definisi Operasional dan Pengukuran

Variabel

Variabel penelitian dibedakan menjadi variabel dependen dan independen.

Variabel dependen

Variabel dependen yang digunakan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi CSR adalah CSR *disclosure* Indeks (CSRI). CSR adalah komitmen perusahaan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan dengan memperhatikan keseimbangan antara pencapaian laba, lingkungan, dan masyarakat. Pengungkapan informasi CSR diukur dengan menggunakan CSR *disclosure* Indeks (CSRI). Pengukuran varia-

bel CSRI menggunakan *content analysis* yang mengukur *variety* dari CSRI.

Sementara variabel dependen yang juga digunakan untuk menguji pengaruh pengungkapan CSR terhadap *return* saham adalah *abnormal return* saham. Adapun langkah-langkah dalam menghitung *abnormal return* adalah: 1) Menghitung *return* saham harian individual untuk *estimation period*. 2) Menghitung *return* pasar harian. 3) Mengestimasi beta dengan metode koreksi Fowler dan Rorke. 4) Menghitung *expected return* untuk *estimation period*. 4) Mencari *abnormal return* pada *estimation period*.

Variabel independen

Variabel independen yang digunakan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi CSR terdiri dari ukuran perusahaan, profitabilitas, profil perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan umur perusahaan. 1) Ukuran perusahaan adalah ukuran (skala) yang menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang diukur dengan total aset. Nilai total aset sangat besar, sehingga sangat berbeda dengan nilai variabel-variabel lain. Oleh karena itu dilakukan transformasi terhadap data. Transformasi yang dilakukan yaitu dengan menggunakan satuan pengukuran triliun rupiah (Rp T). 2) Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk dapat memperoleh laba yang diukur dengan NPM, di mana $NPM = (\text{laba bersih/pendapatan}) \times 100\%$. 3) Ukuran dewan komisaris menunjukkan berapa banyak jumlah anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan. 4) Umur perusahaan menunjukkan seberapa lama perusahaan mampu bertahan hidup atau lamanya perusahaan sudah berdiri yang dihitung dari mulai perusahaan berdiri hingga Agustus 2010. 4) Profil perusahaan merupakan karakteristik perusahaan yang dilihat dari visibilitas konsumen, risiko politis atau tingkat persaingan yang dihadapi. Profil perusahaan merupakan variabel dummy. Profil perusahaan dibedakan menjadi 2 profil yaitu *high profile* dan *low profile*. Kriteria untuk menentukan perusahaan dengan *high-profile* dengan *low profile* adalah dengan mengguna-

kan pengelompokan menurut Hackston dan Milne (1996) serta Sembiring (2005). Perusahaan-perusahaan yang termasuk dalam kategori *high profile* adalah pertanian dalam arti luas (pertanian, perkebunan, perikanan, peternakan, dan kehutanan), pertambangan, perusahaan manufaktur (termasuk industri kimia, kertas, plastik, tembakau dan rokok), transportasi, pariwisata, serta perusahaan media dan komunikasi. Perusahaan-perusahaan yang termasuk dalam kategori *low profile* adalah tekstil dan produk tekstil, produk personal, produk rumah tangga, bidang bangunan, properti, keuangan dan perbankan, supplier peralatan medis, retailer, dan perusahaan investasi.

Sementara variabel independen yang digunakan untuk menguji pengaruh pengungkapan informasi CSR terhadap *return* saham adalah CSR disclosure Indeks (CSRI).

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, umur perusahaan, dan profil perusahaan terhadap pengungkapan informasi CSR di dalam laporan tahunan yaitu analisis regresi linier berganda. Persamaan yang dibangun adalah sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5D_1 + \varepsilon \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan:

Y = CSRI (*Corporate Social Responsibility Index*)

X₁ = Ukuran perusahaan (T Rp)

X₂ = Profitabilitas (%)

X₃ = Ukuran dewan komisaris (orang)

X₄ = Umur perusahaan (tahun)

D₁ = Profil perusahaan (variabel dummy)

1 : *high profile*

0 : *low profile*

b₀ = konstansta

b₁...b₅ = koefisien regresi

ε = *error term*

Model di atas digunakan jika salah satu variabel bebas bersifat kualitatif. Gujarati (2007) menyatakan bahwa dalam beberapa

kasus, variabel terikat tidak hanya dipengaruhi oleh variabel-variabel yang bersifat kuantitatif, tetapi juga bisa dipengaruhi oleh variabel yang bersifat kualitatif. Oleh karena itu, variabel kualitatif tersebut dijadikan sebagai variabel *dummy* di dalam model dan dinyatakan dengan simbol D.

Sementara metode analisis data yang digunakan untuk menganalisis pengaruh pengungkapan informasi CSR di dalam laporan tahunan terhadap *return* saham adalah analisis regresi linier sederhana. Persamaan yang dibangun adalah sebagai berikut:

$$Z = b_0 + b_1Y + \varepsilon \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan:

Z = *Abnormal return*saham

Y = CSRI (*Corporate Social Responsibility Index*)

b₀ = konstansta

b₁ = koefisien regresi

ε = *error term*

Koefisien-koefisien b₀ dan b₁ diestimasi dengan menggunakan metode kuadrat terkecil atau *ordinary least square* (OLS) dengan bantuan *software* SPSS 15.0 for windows. Untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial digunakan uji-t. Untuk melihat seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi perubahan variabel dependen digunakan koefisien determinasi (R²).

Untuk mendapatkan hasil parameter yang baik, maka dilakukan uji kualitas data dan pengujian asumsi klasik sehingga diperoleh hasil yang *unbiased* atau BLUE (*Best Linear Unbiased Estimation*). Uji kualitas data dilakukan dengan mendeteksi ada tidaknya data outlier di dalam pengamatan. Asumsi klasik yang diuji adalah asumsi normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengujian outlier

Sampel yang ditetapkan semula adalah sebanyak 174 perusahaan yang mempublikasi-

kan laporan tahunan pada website Bursa Efek Indonesia. Dari analisis terhadap data outlier, terdapat 61 data yang outlier. Dengan demikian diperoleh jumlah sampel akhir sebanyak 113 perusahaan.

Distribusi Sampel Berdasarkan Sektor

Sampel yang menjadi objek pengamatan dalam penelitian ini merupakan perusahaan yang terdaftar di BEJ yang mempublikasikan laporan tahunan. Jumlah pengamatan adalah sebanyak 113 perusahaan. Distribusi sampel berdasarkan sektor dapat dilihat pada Tabel 1.

Dari Tabel 1 dapat dilihat bahwa sampel terbesar merupakan perusahaan dari sektor perbankan dan jasa keuangan lainnya yaitu sebanyak 28 perusahaan (24,78%). Sampel perusahaan tidak ada yang termasuk ke dalam sektor peternakan. Sampel lain yaitu perusahaan yang termasuk ke dalam sektor properti sebanyak 24 perusahaan (21,24%), sektor perdagangan sebanyak 23 perusahaan

(20,35%), dan sisanya sebesar 33,63% merupakan sampel yang termasuk dalam sektor pertambangan, manufaktur, transportasi, media dan komunikasi, ataupun sektor pariwisata.

Distribusi Sampel Berdasarkan Total Aset

Distribusi sampel berdasarkan total aset dapat dilihat pada Tabel 2. Tabel tersebut menunjukkan sebesar 43,36% sampel memiliki aset yang kecil yaitu < Rp 500.000.000.000 dan sebesar 41,59% sampel memiliki aset besar yaitu > Rp 1.000.000.000.000.

Distribusi Sampel Berdasarkan Profitabilitas

Proksi profitabilitas yang digunakan adalah net profit margin. Distribusi sampel berdasarkan profitabilitas dapat dilihat pada Tabel 3. Table tersebut menunjukkan bahwa mayoritas sampel perusahaan (64,60%) memiliki nilai profitabilitas dalam rentang 0 – 10%.

Tabel 1: Distribusi Sampel Berdasarkan Sektor

No	Sektor	Jumlah	%
1	Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	1	0,88
2	Peternakan	0	0,00
3	Pertambangan	6	5,31
4	Bangunan dan Properti	24	21,24
5	Manufaktur	3	2,65
6	Transportasi	6	5,31
7	Media dan Komunikasi	10	8,85
8	Perdagangan Besar dan Eceran	23	20,35
9	Keuangan dan Perbankan	28	24,78
10	Pariwisata	7	6,19
11	Perusahaan investasi	5	4,42
Total		113	100,00

Sumber: Hasil Analisis Data

Tabel 2: Distribusi Sampel berdasarkan Total Aset

No	Total Aset (Rp)	Jumlah	%
1	< 500.000.000.000	49	43,36
2	500.000.000.000 - 1.000.000.000.000	17	15,04
3	> 1.000.000.000.000	47	41,59
Total		113	100,00

Sumber: Hasil Analisis Data

Tabel 3: Distribusi Sampel Berdasarkan Profitabilitas

No	NPM (%)	Jumlah	%
1	< 0	15	13,27
2	0 - 10	73	64,60
3	> 10 - 20	17	15,04
4	> 20 - 30	4	3,54
5	> 30 - 40	4	3,54
6	> 40 - 50	0	0,00
7	> 50	0	0,00
Total		113	100,00

Sumber: Hasil Analisis Data

Distribusi sampel berdasarkan ukuran dewan komisaris

Distribusi sampel berdasarkan ukuran dewan komisaris dapat dilihat pada Tabel 4. Tabel menunjukkan bahwa 53 perusahaan (46,90%) memiliki dewan komisaris sebanyak tiga orang. Tidak ada perusahaan yang hanya memiliki satu orang dewan komisaris, tetapi hanya satu perusahaan (0,88%) yang memiliki hingga tujuh dan delapan orang anggota dewan komisaris.

Distribusi Sampel Berdasarkan Umur Perusahaan

Distribusi sampel berdasarkan umur perusahaan dapat dilihat pada Tabel 5. Dari

Tabel tersebut dapat dilihat bahwa mayoritas sampel perusahaan (63,72%) berada pada umur > 20 tahun, sedangkan 36,28% berada pada rentang usia 0 – 20 tahun.

Distribusi Sampel Berdasarkan Profil Perusahaan

Distribusi sampel berdasarkan profil perusahaan dapat dilihat pada Tabel 6. Dari Tabel 6. dapat dilihat bahwa mayoritas sampel perusahaan (71,68%) termasuk dalam kategori perusahaan *low profile*, sedangkan 28,32% termasuk dalam kategori perusahaan *high profile*.

Tabel 4: Distribusi Sampel berdasarkan Ukuran Dewan Komisaris

No	Ukuran Dewan Komisaris (Orang)	Jmlah	%
1	1	0	0,00
2	2	13	11,50
3	3	53	46,90
4	4	18	15,93
5	5	19	16,81
6	6	8	7,08
7	7	1	0,88
8	8	1	0,88
Total		113	100,00

Sumber: Hasil Analisis Data

Tabel 5: Distribusi Sampel Berdasarkan Umur Perusahaan

No	Umur Perusahaan (Tahun)	Jumlah	%
1	0 - 20	41	36,28
2	> 20	72	63,72
Total		113	100,00

Sumber: Hasil Analisis Data

Tabel 6: Distribusi Sampel Berdasarkan Profil Perusahaan

No	Profil Perusahaan	Jumlah	%
1	<i>Low profile</i>	81	71,68
2	<i>High profile</i>	32	28,32
Total		113	100,00

Sumber: Hasil Analisis Data

Distribusi Sampel Berdasarkan Pengungkapan Informasi CSR

Deskripsi pengungkapan informasi CSR yang dilakukan oleh perusahaan dapat dilihat pada Tabel 7. Kategori yang paling banyak diungkapkan oleh perusahaan adalah kategori lain-lain tenaga kerja yaitu sebanyak 720 pengungkapan (50,85%), sedangkan kategori yang paling sedikit diungkapkan oleh perusahaan adalah kategori energi yaitu hanya 13 pengungkapan (0,92%). Kategori lingkungan paling banyak diungkapkan oleh perusahaan yang termasuk dalam sektor bangunan dan properti, sedangkan sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan serta perusahaan investasi tidak ada mengungkapkan kategori lingkungan. Kategori energi paling banyak diungkapkan oleh perusahaan yang termasuk dalam sektor bangunan dan properti. Kategori yang diungkapkan oleh semua perusahaan yaitu kategori lain-lain tenaga kerja. Tenaga kerja merupakan aset suatu per-

usaha, sehingga perusahaan akan menjaga agar tenaga kerja yang dimiliki dapat dipertahankan. Perusahaan juga berupaya agar kualitas dan produktivitas tenaga kerja dapat ditingkatkan. Hal ini mendorong perusahaan untuk melakukan berbagai program seperti kegiatan-kegiatan pelatihan, bantuan untuk kegiatan pendidikan karyawan, kegiatan gathering, dan lain-lain.

Kategori lain yang juga banyak diungkapkan adalah kategori keterlibatan masyarakat yaitu sebanyak 326 pengungkapan. Kategori ini merupakan kategori yang tergolong ke dalam sumbangan perusahaan kepada masyarakat sekitar. Perusahaan memberikan sumbangan sebagai bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat sekitar. Item yang paling banyak diungkapkan dalam kategori ini adalah item sumbangan tunai, produk, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat, pendidikan, dan seni yaitu sebanyak 13% dari total pengungkapan.

Tabel 7: Distribusi Sampel Berdasarkan Pengungkapan Informasi CSR

Sektor Industri	I	II	III	IV	V	VI	VIII	Total
Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	0	0	2	3	0	0	0	5
Peternakan	0	0	0	0	0	0	0	0
Pertambangan	13	0	12	27	2	24	2	80
Bangunan dan Properti	60	6	25	179	18	83	8	379
Manufaktur	5	0	7	21	6	21	7	67
Transportasi	3	1	2	47	5	5	1	64
Media dan Komunikasi	9	2	8	55	33	31	3	141
Perdagangan Besar dan Eceran	11	1	12	127	19	72	3	245
Keuangan dan Perbankan	2	3	19	196	20	78	5	323
Pariwisata	3	0	12	50	17	10	2	94
Perusahaan investasi	0	0	0	15	0	2	1	18
Total	106	13	99	720	120	326	32	1416
%	7,49	0,92	6,99	50,85	8,47	23,02	2,26	100,00

Sumber: Hasil Analisis Data

Keterangan: 1 = Lingkungan; 2 = Energi; 3 = Kesehatan dan Keselamatan Kerja; 4 = Lain-Lain Tenaga Kerja; 5 = Produk; 6 = Keterlibatan Masyarakat; 7 = Umum

Hasil penelitian ini hampir sama dengan hasil penelitian yang diperoleh Sembiring (2005) yang menyatakan bahwa kategori yang paling banyak diungkapkan perusahaan adalah kategori lain-lain tentang tenaga kerja, yaitu sebanyak 681 pengungkapan atau 47,96% dari total pengungkapan, sedangkan kategori yang paling sedikit diungkapkan adalah kategori energi yang hanya 16 pengungkapan atau 1,13% dari total pengungkapan. Dilihat dari perusahaan yang membuat pengungkapan, maka kategori produk dan lain-lain tentang tenaga kerja diungkapkan oleh keseluruhan perusahaan (100%), sedangkan kategori energi hanya diungkapkan oleh 11 perusahaan (14,10%).

Hasil penelitian Anggraini (2006) juga menunjukkan hal yang sama. Pengungkapan yang paling banyak dilakukan oleh perusahaan yaitu pengungkapan yang berkaitan dengan tanggung jawab perusahaan terhadap karyawannya, yaitu dalam bentuk pemberian uang pesangon, pensiun, bonus dan pengembangan sumber daya manusia. Pengungkapan kinerja lingkungan masih sangat sedikit. Sebagian besar perusahaan juga sudah mengungkapkan tanggung jawabnya terhadap masyarakat dengan melakukan kegiatan-kegiatan sosial, antara lain memberikan sumbangan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa belum banyak perubahan dalam hal pengungkapan informasi CSR dalam laporan

tahunan. UU No. 40 tentang Perseroan Terbatas belum mampu mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan. Walaupun UU No. 40 sudah dikeluarkan selama empat tahun, tetapi pelaksanaannya belum seperti yang diharapkan.

Hasil Pengujian Regresi Model 1

Hasil pengujian regresi model 1 berkaitan dengan analisis pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, umur perusahaan, dan profil perusahaan terhadap pengungkapan informasi CSR. Pengujian meliputi uji asumsi klasik dan Uji hipotesis.

Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik model regresi yang dilakukan meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heterokedastisitas.

Uji normalitas

Pengujian normalitas dilakukan untuk melihat apakah nilai residual yang diperoleh dari model mengikuti distribusi normal atau tidak. Hasil pengujian dengan menggunakan uji *one-sample* Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa residual berdistribusi normal, di mana nilai signifikansi yang diperoleh sebesar $0,079 > \alpha_{0,05}$. Hasil uji *one-sample* Kolmogorov-Smirnov dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9: Hasil Pengujian Normalitas Data

		<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>		113
<i>Normal Parameters(a,b)</i>	<i>Mean</i>	,0000000
	<i>Std. Deviation</i>	7,13776634
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	,120
	<i>Positive</i>	,120
	<i>Negative</i>	-,082
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>		1,271
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		,079

Sumber: Hasil Analisis Data

Ujim ultikolinieritas

Hasil uji asumsi multikolinieritas menunjukkan bahwa di dalam model tidak ada gejala multikolinieritas. Hal ini dapat dilihat dari matriks korelasi Pearson antara variabel bebas di bawah 0,8. Uji asumsi multikolinieritas juga dapat dilihat dari nilai VIF dan Tolerance pada Tabel 10. Nilai VIF < 5 dan nilai Tolerance mendekati satu menunjukkan dalam model tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heterokedastisitas

Hasil pengujian asumsi heteroskedastisitas menunjukkan bahwa di dalam model tidak terjadi heteroskedastisitas. Hal ini dapat dilihat dari uji Glejser, di mana diperoleh nilai signifikansi untuk setiap variabel bebas lebih besar dari $\alpha_{0,05}$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model.

Hasil Pengujian Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi CSR

Hasil pengujian pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, umur perusahaan, dan profil perusahaan terhadap pengungkapan informasi CSR di dalam laporan tahunan disajikan pada tabel 12.

Model yang dibangun dari hasil penelitian ini adalah

$$Y = 1,784 + 1,980X_1 + 0,046X_2 + 1,704X_3 + 0,041X_4 + 3,631D_1$$

Tabel 12 di dibawah menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} (6,65)$ dengan tingkat signifikansi $F_{(0,00)} < \alpha_{0,05}$. Dengan demikian bisa disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini lolos uji kebaikan model.

Tabel 10: Hasil Pengujian Asumsi Multikolinieritas

	Matriks Korelasi					Tolerance	VIF
	Total Aset	<i>Net Profit Margin</i>	Ukuran Dewan Komisaris	Umur Perusahaan	Profil Perusahaan		
Total Aset	1,000	,148	,417	,131	-,275	,741	1,350
<i>Net Profit Margin</i>	,148	1,000	,041	-,021	-,127	,966	1,035
Ukuran Dewan Komisaris	,417	,041	1,000	,284	-,008	,747	1,338
Umur Perusahaan	,131	-,021	,284	1,000	-,219	,866	1,154
Profil Perusahaan	-,275	-,127	-,008	-,219	1,000	,853	1,172

Sumber: Hasil Analisis Data

Tabel 11: Hasil Pengujian Asumsi Heterokedastisitas

Uraian	T	Sig.
Konstanta	1,698	,092
Total Aset	1,968	,052
<i>Net Profit Margin</i>	,112	,911
Ukuran Dewan Komisaris	,832	,407
Umur Perusahaan	,381	,704
Profil Perusahaan	1,717	,089

Sumber: Hasil Analisis Data

Tabel 12: Hasil Analisis Regresi Model 1

Uraian		Koefisien Regresi	t _{hitung}	Signifikansi
	Konstanta	1,784	,718	,474
X ₁	: Ukuran Perusahaan	1,980	2,961	,004
X ₂	: Profitabilitas	,046	,664	,508
X ₃	: Ukuran Dewan Komisaris	1,704	2,622	,010
X ₄	: Umur Perusahaan	,041	,649	,518
X ₅	: Profil Perusahaan	3,631	2,200	,030
	t _(0,05;107) :	1,98		
	F _{hit} :	6,65		
	F _{0,05(5;107)} :	2,30		
	Sig F :	0,00		
	R Square :	0,237		

Sumber: Hasil Analisis Data

Nilai R Square diperoleh sebesar 0,237 artinya 23,7% variasi variabel pengungkapan informasi CSR di dalam laporan tahunan mampu dijelaskan oleh variasi variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, umur perusahaan, dan profil perusahaan, sedangkan sisanya sebesar 76,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan di dalam model. Nilai R Square yang rendah diduga terjadi karena faktor yang mendorong perusahaan untuk mengungkapkan informasi CSR adalah masih sekedar *trend*. Perusahaan melakukan pengungkapan informasi CSR sekedar ikut-ikutan dan agar dianggap mematuhi peraturan. Hal ini dapat dilihat dari pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan. Kategori-kategori yang diungkapkan masih sebatas sumbangan seperti sumbangan pendidikan, kesehatan, dan sumbangan bencana alam.

Nilai R Square yang rendah juga menunjukkan bahwa masih ada variabel lain yang penting yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini. Variabel lain yang diduga berpengaruh adalah tingkat profitabilitas perusahaan pada tahun sebelumnya. Perusahaan yang menganggap pengungkapan informasi CSR sebagai salah satu strategi akan berusaha untuk dapat melaksanakan kegiatan CSR tersebut dengan sebaik-baiknya, untuk itu perusahaan akan memiliki anggaran dana khusus yang akan digunakan untuk melaksanakan kegiatan CSR. Salah satu contoh adalah

Ancora Indonesia Resources Tbk, perusahaan ini sudah memiliki anggaran sebesar Rp 90.000.000,- yang akan digunakan setiap tahunnya. Apabila perusahaan mengalami peningkatan perolehan keuntungan, maka pada tahun yang akan datang perusahaan dapat meningkatkan dana yang sudah dianggarkan untuk kegiatan CSR tersebut.

Variabel lain yang juga diduga berpengaruh adalah keberadaan orang asing dalam manajemen suatu perusahaan. CSR mula mula berkembang di negara-negara Eropa dan Amerika, dengan demikian manajemen yang berasal dari daerah Eropa dan Amerika akan lebih memahami pentingnya pelaksanaan CSR dan pengungkapan informasinya oleh perusahaan.

Berdasarkan tabel 12 di atas, terdapat tiga variabel yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan informasi CSR di dalam laporan tahunan. Variabel yang berpengaruh tersebut adalah total aset sebagai proksi ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan profil perusahaan. Variabel profitabilitas dan umur perusahaan tidak berpengaruh signifikan. Uraian lebih rinci dari masing-masing variabel dapat dilihat di bawah ini.

Ukuran Perusahaan

Dari hasil pengujian pada Tabel 12 diperoleh nilai t-hitung sebesar 2,961 dengan signifikansi sebesar 0,004. Nilai t-hitung yang

diperoleh lebih besar dari nilai $t(0,05;107)$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari $\alpha 0,05$, dengan demikian hipotesis yang menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan informasi CSR di dalam laporan tahunan diterima. Koefisien regresi yang diperoleh sebesar 1,980 artinya setiap peningkatan total aset sebesar Rp 1 Trilyun, maka akan terjadi kenaikan pengungkapan informasi CSR sebesar 1,98. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa semakin besar perusahaan maka semakin banyak informasi CSR yang akan diungkapkan. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori agensi dan sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sembiring (2005) dan Hackston dan Milne (1996).

Dari 113 sampel, 47 perusahaan (41,59%) termasuk dalam kategori perusahaan besar dengan total aset di atas satu triliun rupiah. Perusahaan-perusahaan ini mengungkapkan informasi CSR lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan lain yang tidak termasuk dalam kategori perusahaan besar.

Profitabilitas

Dari hasil pengujian pada Tabel 12 diperoleh nilai t -hitung sebesar 0,664 dengan signifikansi sebesar 0,508. Nilai t -hitung yang diperoleh lebih kecil dari nilai $t(0,05;107)$ dan nilai signifikansi lebih besar dari $\alpha 0,05$, dengan demikian hipotesis yang menyatakan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan informasi CSR di dalam laporan tahunan ditolak. Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan informasi CSR diduga karena bagi beberapa perusahaan, pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan masih sekedar mengikuti *trend* dan bukan menjadi suatu kegiatan yang terprogram. Di lain pihak, bagi perusahaan yang sudah memprogramkan CSR, kegiatan CSR tahun ini ditentukan oleh laba pada tahun yang lalu. Apabila laba tahun lalu tinggi, maka kegiatan CSR yang dilaksanakan juga banyak. Dengan demikian, informasi CSR yang diungkapkan dalam laporan

tahunan juga semakin banyak, demikian sebaliknya.

Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan juga diduga karena ada sampel yang memiliki profitabilitas negatif. Walaupun perusahaan tersebut memiliki profitabilitas negatif, tetapi tetap melakukan pengungkapan informasi CSR pada laporan tahunan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sembiring (2005) menggunakan *earning per share*, Anggraini (2006) menggunakan *net profit margin*, dan Hackston dan Milne (1996) menggunakan *return on asset*.

Ukuran Dewan Komisaris

Dari hasil pengujian pada Tabel 12. diperoleh nilai t -hitung sebesar 2,622 dengan signifikansi sebesar 0,010. Nilai t -hitung yang diperoleh lebih besar dari nilai $t(0,05;107)$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari $\alpha 0,05$, dengan demikian hipotesis yang menyatakan ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan informasi CSR di dalam laporan tahunan diterima. Koefisien regresi yang diperoleh sebesar 1,704 artinya setiap penambahan ukuran dewan komisaris sebanyak 1 orang, maka akan terjadi kenaikan pengungkapan informasi CSR sebesar 1,704. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa semakin besar ukuran dewan komisaris maka semakin banyak informasi CSR yang akan diungkapkan. Berdasarkan teori agensi, dewan komisaris dianggap sebagai mekanisme pengendalian intern tertinggi yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak. Dengan demikian, semakin banyak orang yang mengawasi, maka manajemen akan berusaha untuk bekerja dengan sebaik-baiknya. Demikian juga dengan pelaksanaan program CSR dan pengungkapannya di dalam laporan tahunan, manajemen akan berupaya untuk mengungkapkan informasi CSR semakin banyak. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori agensi dan sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sembiring (2005).

Ukuran dewan komisaris yang digunakan pada setiap perusahaan bervariasi

mulai dari dua hingga delapan orang. Perusahaan yang memiliki jumlah dewan komisaris yang lebih besar akan mengungkapkan informasi CSR yang lebih banyak pula. Seperti Total Bangun Persada, Tbk yang memiliki delapan orang dewan komisaris mengungkapkan informasi CSR yang besar yaitu sebanyak 28 item pengungkapan.

Umur Perusahaan

Dari hasil pengujian pada Tabel 12. diperoleh nilai t-hitung sebesar 0,649 dengan signifikansi sebesar 0,518. Nilai t-hitung yang diperoleh lebih kecil dari nilai $t(0,05;107)$ dan nilai signifikansi lebih besar dari $\alpha 0,05$, dengan demikian hipotesis yang menyatakan umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan informasi CSR di dalam laporan tahunan ditolak. Pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan masih bersifat *voluntary*, sehingga perusahaan belum merasa berkewajiban untuk melakukannya. Perusahaan masih lebih berfokus pada pengungkapan yang sifatnya *mandatory*, seperti informasi keuangan pada laporan keuangan. Jadi, walaupun perusahaan mengetahui bahwa pengungkapan informasi CSR dibutuhkan, tetapi karena sifatnya yang masih *voluntary*, maka perusahaan cenderung menomorduakannya. Menurut Hackston dan Milne (1996), umur merupakan salah satu variabel yang mungkin mempengaruhi pengungkapan informasi CSR pada laporan tahunan, tetapi penelitian ini membuktikan bahwa saat ini, khususnya di Indonesia, umur bukan merupakan faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi CSR pada laporan tahunan.

Profil Perusahaan

Dari hasil pengujian pada Tabel 12. diperoleh nilai t-hitung sebesar 2,20 dengan signifikansi sebesar 0,030. Nilai t-hitung yang diperoleh lebih besar dari nilai $t(0,05;107)$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari $\alpha 0,05$, dengan demikian hipotesis yang menyatakan profil perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan informasi CSR di

dalam laporan tahunan diterima. Koefisien regresi yang diperoleh sebesar 3,631 artinya perusahaan yang termasuk ke dalam kategori *high profile* akan mengungkapkan sebesar 3,631 lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan yang termasuk ke dalam kategori *low profile*.

Perusahaan yang termasuk dalam kategori *high profile* akan menghasilkan dampak sosial yang tinggi terhadap lingkungan dan masyarakat, sehingga akan dituntut untuk melakukan pemenuhan tanggung jawab sosial yang lebih tinggi pula. Pelaksanaan tanggung jawab sosial akan ditunjukkan kepada publik melalui pengungkapan sosial dalam laporan tahunan. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sembiring (2005), Anggraini (2006), Hackston dan Milne (1996), dan Mirfazli dan Nurdiono (2007).

Hasil Pengujian Regresi Model 2

Hasil pengujian regresi model 2 berkaitan dengan analisis pengaruh pengungkapan informasi CSR terhadap abnormal return saham. *Abnormal return* adalah selisih antara *expected return* dengan *actual return*. Apabila investor merespon pengungkapan informasi CSR yang dilakukan perusahaan, maka akan diperoleh hasil abnormal return yang signifikan. Untuk memperoleh hasil yang valid, maka dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu, yang meliputi uji normalitas data dan uji heterokedastisitas.

Uji Normalitas Data

Uji normalitas data menggunakan Uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*. Tabel 13 menunjukkan bahwa residual berdistribusi normal dengan tingkat signifikansi $>\alpha 0,05$.

Uji Heterokedastisitas

Hasil analisis pada Tabel 14 menunjukkan bahwa dalam model regresi 2 tidak terjadi heterokedastisitas. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi variabel bebas (CSRI) yang lebih besar $\alpha 0,05$.

Tabel 13: Hasil Pengujian Normalitas Data

		Unstandardized Residual
N		113
Normal Parameters(a,b)	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,04604537
Most Extreme Differences	Absolute	,120
	Positive	,120
	Negative	-,079
Kolmogorov-Smirnov Z		1,279
Asymp. Sig. (2-tailed)		,076

Sumber: Hasil Analisis Data

Tabel 14 : Hasil Uji Heterokedastisitas Regresi Model Kedua

Uraian	t	Sig.
Konstanta	5,696	0,000
CSRI	0,008	0,994

Sumber: Hasil Analisis Data

Hasil Pengujian Pengaruh Pengungkapan Informasi CSR terhadap Abnormal Return Saham

Hasil pengujian pengaruh pengungkapan informasi CSR di dalam laporan tahunan terhadap *abnormal return* saham disajikan pada Tabel 15. Berdasar tabel 15, nilai *R Square* sebesar 0,053 artinya adalah 5,3% variasi variabel *abnormal return* saham mampu dijelaskan oleh variasi variabel pengungkapan informasi CSR, sedangkan sisanya sebesar 94,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan di dalam model. Nilai *R Square* yang rendah dikarenakan *abnormal return* saham memang tidak hanya dipengaruhi oleh pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan. *Abnormal return* saham lebih banyak dipengaruhi oleh rasio-rasio fundamental perusahaan itu sendiri. Variabel lain

yang mempengaruhi *abnormal return* saham adalah pengumuman-pengumuman lain yang dilakukan oleh perusahaan seperti pengumuman pembagian dividen.

Dari Tabel 15 dapat dilihat pengungkapan informasi CSR berpengaruh signifikan terhadap *abnormal return* saham. Hasil menunjukkan bahwa pengungkapan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *abnormal return* saham. Pengaruh pengungkapan informasi CSR terhadap *abnormal return* memang masih sangat kecil, namun hal ini menunjukkan bahwa investor di Indonesia sudah mulai mempertimbangkan aspek-aspek sosial dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi. Hasil penelitian ini sesuai dengan Almilia dan Wijayanti (2007) dan Nurdin (2006).

Tabel 15: Hasil Analisis Regresi Model 2

Uraian	Koefisien Regresi	t _{hitung}	Signifikansi
Konstanta	0,003	0,394	0,694
X : CSRI	0,001	2,493	0,014
t _(0,05;107)	:	1,982	
F _{hit}	:	6,271	
F _{0,05(5;107)}	:	3,93	
Sig F	:	0,014	
R Square	:	0,053	

Sumber: Hasil Analisis Data

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana praktik pengungkapan informasi CSR pada perusahaan di Indonesia sebagai wujud tanggung jawab sosial yang dilakukan. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, umur perusahaan, dan profil perusahaan terhadap pengungkapan informasi CSR di dalam laporan tahunan pada perusahaan dan pengaruh pengungkapan informasi CSR tersebut terhadap return saham.

Berdasar tujuan penelitian tersebut dapat disimpulkan hasil penelitian sebagai berikut: 1) Variabel ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan profil perusahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengungkapan informasi CSR pada laporan tahunan, sedangkan variabel profitabilitas dan umur perusahaan tidak berpengaruh signifikan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sembiring (2005), Anggraini (2006), dan Hackston dan Milne (1996). 2) Pengungkapan informasi CSR berpengaruh secara positif signifikan terhadap abnormal return saham. Hal ini menunjukkan bahwa investor di Indonesia sudah mulai mempertimbangkan aspek-aspek sosial dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Almilia dan Wijayanti (2007) dan Nurdin (2006).

Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini adalah: 1) Periode penelitian yang singkat. Periode yang diamati dalam penelitian ini hanya 1 tahun yaitu laporan tahunan 2009. 2) Nilai R square yang rendah. Nilai R Square yang rendah menunjukkan masih ada variabel lain yang penting yang tidak dimasukkan ke dalam model, misalnya data tingkat profitabilitas perusahaan pada tahun sebelumnya dan keberadaan orang asing dalam manajemen. 3) Perusahaan-perusahaan sampel belum memiliki format standar dalam mengungkapkan

informasi CSR nya, sehingga ada kesulitan dalam melakukan tabulasi data tentang pengungkapan informasi CSR.

Saran

Peneliti yang ingin melakukan penelitian lanjutan tentang pengungkapan informasi CSR di laporan tahunan, disarankan agar memperpanjang periode pengamatan misalnya menjadi dua atau tiga tahun pengamatan. Periode penelitian yang lebih panjang akan memungkinkan untuk memberikan gambaran yang lebih komplit tentang pengungkapan informasi CSR. Peneliti yang ingin melakukan penelitian lanjutan tentang pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan, disarankan agar menggunakan juga data tingkat profitabilitas perusahaan pada tahun sebelumnya. Variabel lain yang juga perlu diteliti adalah keberadaan orang asing dalam manajemen.

Implikasi

Kepada pihak yang berwenang seperti Badan Pengawas Pasar Modal (BAPEPAM) agar mengatur regulasi tentang pengungkapan informasi CSR sehingga perusahaan dapat mengungkapkan informasi CSR dalam format yang standar. Hal ini dapat mengurangi terjadinya asimetri informasi. Kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan sejauh ini sifatnya masih internal di lingkungan tenaga kerja. Pada masa yang akan datang, pemerintah dan BAPEPAM diharapkan mampu mendorong agar kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan diarahkan ke eksternal perusahaan terutama dalam penghematan energi dan lingkungan.

REFERENSI

- Almilia, L.S., dan D. Wijayanto. (2007). *Pengaruh Environmental Performance dan Environmental Disclosure terhadap Economic Performance*. Proceedings The 1st Accounting Conference, 1-23.
- Amiruddin, U. dkk. (2003). "Reaksi Harga Saham terhadap Publikasi Dividen Kasus Di BEJ Periode 1997-2001".

- Jurnal Riset Ekonomi Manajemen, 3 (2).
- Anggraini, F. R. (2006). *Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta)*, Simposium Nasional Akuntansi IX, 1-21.
- Gray, R., Owen, D. dan Maunders, K. (1987). *Corporate Social Reporting: Accounting and Accountability*. London: Prentice-Hall.
- Gujarati, D. N. (2007). *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Jakarta: Erlangga
- Hackston, D. dan M. J. Milne (1996). "Some Determinants of Social and Environmental Disclosures in New Zealand Companies". *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 9 (1), 77-108.
- Hartono, J. (2000). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi 3, Yogyakarta: BPFE UGM.
- Maharani, N. (2010). "Citra dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan", <http://www.korantempo.com/korantempo/koran/2009/02/11/Opini/krn.20090>, Diakses pada 21 Juli 2010, Jam 10 WIB.
- Masruki, R., Zakaria, N. dan Ibrahim, N. (2009). "Value Relevance of Accounting Numbers: Determinants of Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure of Islamic Banks in Malaysia", *Universiti Sains Islam Malaysia, Malaysia*.
- Mirfazli, E. dan Nurdiono. (2007). "Evaluasi Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial pada Laporan Tahunan Perusahaan dalam Kelompok Aneka Industri Yang Go Publik di BEJ". *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 12 (1), 1-11.
- Nurdin, E. (2006). *Pengaruh Kualitas Pengungkapan Sosial dan Lingkungan dalam Laporan Tahunan terhadap Reaksi Investor*. Tesis (S2) Program Pasca Sarjana, Universitas Padjadjaran, Bandung.
- Sembiring, E. R. (2005). *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta*. Simposium Nasional Akuntansi VIII, 379-395.
- Susbiyani, A. (2001). *Pengaruh Size, Rasio Leverage, Rasio Likuiditas, Rasio Profitabilitas, dan Jenis Industri terhadap Luas Pengungkapan Suka-rela*. Tesis (S2) Program Pasca Sarjana, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 tentang Perseroan Terbatas, (2007). UURI Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 66 tentang Penyampaian Laporan Tahunan, http://www.bapepam.go.id/pasar_modal/regulasi_pm/uu_pm/index.htm, Diakses pada 5 Agustus, Jam 10 WIB.
- Untung, H. B. (2009). *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Gra fika.
- Wibisono, Y. (2007). *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Gresik: Fascho Publishing,