

PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL: STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN YANG TERCATAT DI BURSA EFEK INDONESIA

WELLIAM PARTONO
partono_02@hotmail.com

ABSTRACT

The information about company is essential for stakeholder. One of them that most requested is corporate social responsibility disclosure. Corporate social responsibility disclosure was representation by corporate social responsibility disclosure that refers to GRI Guidelines. This research examines the effect of some company characteristics, such as company size, profile, size of board of commissioner, leverage, and audit committee to corporate social responsibility disclosure. The sample was appointment with purposive sampling method. The population is 397 and 402 companies, which are listed at Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2009 and 2010. The 286 corporate annual reports were analyzed as a sample. The results indicate that company size and profile have a significant positive influence on the corporate social responsibility disclosure, but leverage, size of board of commissioner, and audit committee failed to show its significant effect.

Keywords: *Corporate social responsibility disclosure, Company size, Profile, Size of board of commissioner, Leverage, Audit committee.*

PENDAHULUAN

Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 alinea lima (IAI, 2009) menyatakan bahwa tujuan umum laporan keuangan adalah memberikan informasi tentang posisi keuangan, kinerja, dan arus kas keuangan yang bermanfaat bagi sebagian besar kalangan pengguna laporan dalam rangka membuat keputusan-keputusan ekonomi serta menunjukkan pertanggungjawaban (stewardship) manajemen atas penggunaan sumber daya yang dipercayakan kepada mereka. Dalam hal ini, manajemen memiliki tanggung jawab untuk menyediakan informasi yang lengkap, akurat, serta tepat waktu kepada investor dan calon investor agar dapat digunakan untuk pengambilan keputusan (Sembiring, 2005).

Hal tersebut diperkuat oleh Undang-Undang Pasar Modal No. 8 tahun 1995 pasal 1: Informasi atau fakta material adalah informasi atau fakta penting dan relevan mengenai peristiwa, kejadian, atau fakta yang dapat mempengaruhi harga efek pada bursa efek, dan atau keputusan pemodal, calon pemodal atau pihak lain yang berkepentingan atas informasi atau fakta tersebut. Salah satu informasi yang sering diminta untuk diungkapkan perusahaan saat ini adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan ini sendiri dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non-keuangan. Berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya, yang dapat dibuat dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial terpisah (Guthrie dan Mathews, 1985 dalam Sembiring, 2005). Tanggung jawab sosial perusahaan dapat diartikan juga sebagai kewajiban organisasi bisnis dalam kegiatan yang bertujuan untuk melindungi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

Belakangan ini banyak perusahaan cenderung memperluas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaannya sesuai dengan bentuk dan kompleksitas organisasinya. Meskipun informasi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan yang diungkap tersebut relatif belum men-detail, itikad baik perusahaan ini perlu untuk mendapatkan apresiasi, setidaknya perusahaan telah menyadari pentingnya informasi yang terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan (Yuliana, dkk., 2008). Terkait dengan hal tersebut, karakteristik perusahaan yang biasanya diprosikan dengan ukuran perusahaan, leverage, tipe industri, ukuran dewan komisaris menurut Sembiring (2005) menjadi bahan penelitian yang menarik untuk dikaji kembali untuk melihat bagaimana pengaruhnya terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Rumusan masalah yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut "Apakah karakteristik perusahaan yang meliputi ukuran perusahaan, komite audit, *profile*, *leverage*, dan ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)?" Tujuan yang ingin dicapai penulis melalui penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis karakteristik perusahaan, yaitu ukuran perusahaan, *profile*, *leverage*, ukuran dewan komisaris, dan komite audit berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Kesadaran akan dampak, baik positif maupun negatif perusahaan mengakibatkan tekanan dan tuntutan yang dialamatkan pada perusahaan, agar perusahaan memperluas tanggung jawab sosialnya (Masnila, 2006). Hal tersebut memperluas tanggung jawab organisasi (khususnya perusahaan), di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham.

Definisi tanggung jawab sosial (CSR) ini, menurut Bank Dunia (2002) dalam Nurkhin (2009) *corporate social responsibility as "[t]he commitment of business to contribute to sustainable economic development, working with employees, their families, the local community and society at large to improve their quality of life."* Beberapa definisi lain menurut beberapa organisasi menunjukkan pengertian yang berbeda (Suharto, 2008):

World Business Council for Sustainable Development: Komitmen bekesinambungan dari kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberi kontribusi bagi pembangunan ekonomi, seraya meningkatkan kualitas kehidupan karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya

International Finance Corporation: Komitmen dunia bisnis untuk memberi kontribusi terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui kerjasama dengan karyawan, keluarga mereka, komunitas lokal dan masyarakat luas untuk meningkatkan kehidupan mereka melalui cara-cara yang baik bagi bisnis maupun pembangunan. CSR Asia: Komitmen perusahaan untuk beroperasi secara berkelanjutan berdasarkan prinsip ekonomi, sosial dan lingkungan, seraya menyeimbangkan beragam kepentingan para stakeholders.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau yang sering disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, atau *social accounting* (Mathews, 1995) dalam Sembiring (2005) merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Menurut Gray, dkk. (1995) dalam Sembiring (2005) terdapat dua pendekatan yang secara signifikan berbeda dalam melakukan penelitian tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pertama, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mungkin diperlakukan sebagai suatu suplemen dari aktivitas akuntansi konvensional. Pendekatan ini secara umum akan menganggap masyarakat keuangan sebagai pemakai utama pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan cenderung membatasi persepsi tentang tanggung jawab sosial yang dilaporkan. Pendekatan alternatif 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

Menurut teori agensi, perusahaan yang memiliki ukuran lebih besar akan membutuhkan biaya yang lebih besar, sehingga akan cenderung mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut (Waryanto, 2010). Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang berbeda. Penelitian Sembiring (2005) menyatakan adanya pengaruh positif dari variabel ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan penelitian dari Nurkhin (2009) dan Yuliana, dkk. (2008) menunjukkan hasil yang bertolak belakang. Atas dasar pemikiran tersebut, penulis mengajukan hipotesis:

H1: Ukuran (size) perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Profile perusahaan dibedakan menjadi dua jenis, yaitu industri yang *high profile* dan industri yang *low profile*. Menurut Roberts (1992) dalam Anggraini (2006) menyatakan bahwa industri yang *high profile* sebagai perusahaan yang mempunyai tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap lingkungan (*consumer visibility*), tingkat risiko politik yang tinggi, atau tingkat kompetisi yang ketat. Hal tersebut menyebabkan perusahaan *high profile* lebih mendapatkan banyak perhatian dari masyarakat luas, sehingga perusahaan akan berusaha untuk mengungkapkan informasi yang lebih banyak dibanding industri *low profile*. Di samping itu, industri *low profile* memiliki tingkat *consumer visibility*, tingkat risiko politik, dan tingkat kompetisi yang rendah, sehingga tidak terlalu mendapat sorotan dari masyarakat luas mengenai aktivitas perusahaannya walaupun dalam aktivitasnya melakukan kesalahan.

Penelitian mengenai *profile* perusahaan ini telah dilakukan oleh beberapa peneliti dan menunjukkan hasil yang beragam. Penelitian Sembiring (2005) dan Yuliana, dkk. (2008) berhasil membuktikan adanya pengaruh positif dari variabel *profile* perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau dengan kata lain hasil penelitian keduanya menunjukkan bahwa perusahaan yang berkategori *high profile* lebih banyak mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial perusahaannya dibanding dengan yang berkategori *low profile*. Perusahaan yang berkategori *high profile* akan memperbanyak pengungkapannya dengan tujuan untuk mengurangi sorotan dari masyarakat akibat kegiatan ekonomi yang dilakukannya. Berdasarkan hal tersebut penulis menyusun hipotesis sebagai berikut:

H2: *Profile* perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Tingginya tingkat *leverage* suatu perusahaan dapat mencerminkan besarnya risiko suatu perusahaan. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders* (Sembiring, 2005). Perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* tinggi tentu menunjukkan adanya suatu masalah dalam kegiatan operasinya sehingga akan mempengaruhi pelaksanaan

tanggung jawab sosial perusahaan sehingga akan mengurangi banyaknya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis akan mencoba menguji kembali dengan hipotesis sebagai berikut:
H3: *Leverage* perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Dewan komisaris di dalam perusahaan memiliki fungsi sebagai pengawas eksekutif serta memberi arahan bagi perusahaan. Menurut FCGI (2002) dalam Waryanto (2010), tanggung jawab dewan komisaris adalah mengawasi manajemen untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing. Jumlah dewan komisaris yang cukup banyak diharapkan dapat meningkatkan kompetensi dari dewan komisaris tersebut sehingga proses pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan tentu akan lebih lengkap lagi. Hasil penelitian yang menguatkan hal tersebut adalah penelitian oleh Sembiring (2005). Berdasarkan hal tersebut penulis menyusun hipotesis sebagai berikut:

H4: Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Komite audit merupakan dewan yang membantu dewan komisaris dalam membantu proses pengawasan. Dengan keberadaan komite audit yang meningkatkan fungsi pengawasan tentu akan meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Waryanto (2010) menyatakan bahwa komite audit menjadi alat yang efektif untuk melakukan fungsi pengawasan, sehingga dapat mengurangi biaya agensi dan meningkatkan kualitas perusahaan. Ho dan Wong (2001) dan Kurihama (2007) dalam Handajani, dkk. (2009) memberikan bukti empiris berupa adanya pengaruh positif dari keberadaan komite audit dengan pengungkapan sukarela perusahaan. Selain itu, hasil penelitian dari Handajani, dkk. (2009) juga menunjukkan bukti positif adanya pengaruh tersebut. Berdasarkan hal tersebut penulis menyusun hipotesis sebagai berikut:

H5: Audit komite berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan untuk menyelidiki adanya pengaruh antara variabel independen, yaitu ukuran perusahaan (*size*), *profile*, ukuran dewan komisaris, *leverage* perusahaan, serta komite audit. Penelitian ini menggunakan data laporan tahunan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2009 dan 2010. Penelitian ini didesain untuk menguji pengaruh positif atau negatif karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sejumlah 397 emiten yang terdaftar pada tahun 2009 dan 402 emiten yang terdaftar pada tahun 2010. Sampel dalam penelitian ini adalah laporan tahunan yang telah memenuhi beberapa kriteria tertentu.

Teknik Pengumpulan Sampel

Sampel dalam penelitian ini ditentukan dari populasi yang ada dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dari populasi yang akan dijadikan objek penelitian adalah populasi yang memenuhi kriteria tertentu. Adapun kriteria yang ditetapkan yaitu:

- Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2009- 2010.
- Perusahaan tersebut menerbitkan *annual report* pada periode 2009-2010.
- Perusahaan tersebut menyediakan informasi mengenai pelaksanaan CSR.

Tabel 1
Sampel Penelitian

No.	Keterangan	Jumlah
1.	Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2009 dan 2010	388
2.	Perusahaan yang tidak menerbitkan <i>annual report</i> selama periode 2009-2010	(200)
3.	Perusahaan yang tidak menyediakan informasi mengenai pelaksanaan CSR	(45)
4.	Total perusahaan yang dapat digunakan menjadi sampel (per tahun)	143

Prosedur Pengujian Hipotesis

Setelah mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan serangkaian tahap untuk menghitung dan mengolah data tersebut, agar dapat mendukung hipotesis yang telah diajukan. Adapun tahap-tahap pengujian hipotesis sebagai berikut:

- Menghitung indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSD) dengan analisis isi (*content analysis*).
- Menghitung karakteristik perusahaan yang diprosikan dalam ukuran perusahaan, *profile*, *leverage*, ukuran dewan komisaris, dan komite audit.
- Regresi model.

Untuk pengukuran *multiple regression* menggunakan software SPSS 19. Hubungan antara variabel independen dan variabel dependen digambarkan sebagai berikut:

$$CSD = \beta_0 + \beta_1TK + \beta_2PROFILE + \beta_3LEV + \beta_4KOM + \beta_5AUDIT + e$$

Keterangan:

TK : Ukuran/size perusahaan

PROFILE: Variabel dummy tipe industri/profile

LEV : Tingkat *leverage*

KOM : Ukuran dewan komisaris

AUDIT : Variabel *dummy* komite audi0074

CSD : Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

a. Uji Model (Uji F)

Pengujian ini bertujuan untuk menguji model regresi. Dengan tingkat signifikansi sebesar 5 %, maka kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

1. Bila nilai signifikansi $F < 0.05$, maka H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara semua variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Apabila nilai signifikansi $F > 0.05$, maka H_0 diterima, artinya kelima variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

b. Uji koefisien determinasi (R^2)

Nilai R^2 digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

c. Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Pengujian ini bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dengan tingkat signifikansi 5 %, maka kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

1. Bila nilai signifikansi $t < 0.05$, maka H_A diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Apabila nilai signifikansi $t > 0.05$, maka H_A ditolak, artinya terdapat tidak ada pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Nilai R^2 sebesar 10% menunjukkan terbatasnya peran dari variabel independen untuk dapat mempengaruhi variabel dependen. Dalam hal ini, Insukindro (1998) dalam Ghozali (2011) menegaskan bahwa untuk menentukan model regresi yang baik tidak hanya dapat melalui uji koefisien determinasi. Hal tersebut dikarenakan tidak berarti suatu model yang menunjukkan nilai koefisien determinasi yang tinggi dapat konsisten juga dengan teori ekonomika atau juga lolos dalam uji asumsi klasik.

Di samping hal tersebut, hasil uji F menunjukkan hal sebaliknya, yaitu nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000 yang sama artinya dengan semua variabel independen secara simultan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Pada uji t, variabel LNTK dan PROFILE dapat mempengaruhi secara signifikan terhadap variabel CSD. Hal tersebut bertolak belakang dengan variabel LNKOM, AUDIT, dan LNLEV yang tidak dapat mempengaruhi CSD. Secara teoritis, berdasarkan teori agensi semakin besar suatu perusahaan maka biaya agensinya akan lebih besar sehingga perusahaan akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak dalam rangka untuk mengurangi biaya agensi (Waryanto, 2010). Selain itu, dari sisi tenaga kerja semakin banyak tenaga kerja maka perusahaan akan semakin banyak melakukan tanggung jawab sosial perusahaan yang juga akan mengakibatkan semakin banyaknya informasi tanggung jawab sosial perusahaan yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan.

Ukuran perusahaan diproksikan dengan jumlah tenaga kerja. Hasil pengujian menunjukkan probabilitas signifikansi sebesar 0,001 atau berada di bawah 0,005 yang menyatakan bahwa *size* perusahaan terbukti berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil dari penelitian ini juga mendukung penelitian dari Waryanto (2010) dan Sembiring (2005).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan nilai probabilitas signifikansi dari variabel PROFILE sebesar 0,027 yang sama artinya dengan perusahaan *high profile* akan membuat pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih luas dibanding dengan perusahaan *low profile*. Perusahaan yang terkategori dalam *high profile* mempunyai kecenderungan untuk melegitimasi kegiatan operasinya dalam rangka untuk menurunkan tekanan dari para aktivis sosial dan lingkungan (Sembiring, 2005). Penelitian dari Yuliana, dkk. (2008) juga menyatakan hal yang sejalan dengan hasil penelitian ini.

Perusahaan yang memiliki banyak hutang dalam hal ini mempunyai tingkat *leverage* yang tinggi tentunya akan kesulitan untuk membiayai program tanggung jawab sosial perusahaan karena manajemen pasti akan mengalokasikan terhadap pos yang lebih penting terlebih dahulu. Di lain pihak, penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat *leverage* dari suatu perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang dincerminkan dari nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,123 atau sudah melebihi batas 0,05. Penjelasan yang dapat dikemukakan untuk menyanggah hasil ini adalah banyaknya sampel dari bank yang mempunyai tingkat *leverage* yang besar tetapi mempunyai CSD yang cukup besar jika dibanding dengan perusahaan lain yang memiliki tingkat *leverage*

lebih rendah. Hasil ini sama dengan penelitian dari Sembiring (2005) yang juga tidak berhasil membuktikan adanya pengaruh dari tingkat *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Nilai probabilitas signifikansi dari variabel ini yang sebesar 0,411 telah melewati 0,05 sehingga hipotesis 4 tidak dapat diterima. Hal tersebut mengindikasikan bahwa besar kecilnya ukuran dewan komisaris tidak dapat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penjelasan yang dapat dikemukakan adalah fungsi dewan komisaris tidak serta merta secara langsung mengawasi bagaimana pelaksanaan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Yuliana, dkk. (2008) dan Waryanto (2010) yang menyatakan bahwa tidak menemukan adanya pengaruh dari variabel ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Hasil pengujian menunjukkan nilai probabilitas signifikansi 0,423 yang berarti tidak berhasil menyatakan adanya pengaruh keberadaan komite audit terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sehingga penelitian ini tidak berhasil mendukung penelitian dari Wong (2001) dan Kurihama (2007) dalam Handajani, dkk. (2009). Sejalan dengan variabel ukuran dewan komisaris, keberadaan komite audit pun sebagai pendukung dari fungsi pengawasan ternyata tidak diberi tugas secara khusus untuk mengawasi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Di samping itu, pembentukan komite audit oleh perusahaan pun hanya sebagai formalitas untuk mematuhi aturan perundangan (Waryanto, 2010).

SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini berhasil mendukung teori agensi serta teori legitimasi (Sembiring, 2005) yang masing-masing menyatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan maka perusahaan cenderung untuk lebih banyak mengungkapkan informasi karena banyaknya karyawan yang dimiliki dan perusahaan *high profile* akan mengungkapkan tanggung jawab sosial yang lebih banyak dibanding dengan *low profile* untuk menghindari tekanan dari aktivis sosial dan lingkungan.

Di pihak lain, penelitian ini tidak berhasil mendukung teori agensi berupa tidak adanya pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil ini sesuai dengan penelitian dari Kokubu, dkk. (2001) dalam Sembiring (2005) yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki hubungan baik dengan kreditur walaupun memiliki derajat ketergantungan yang tinggi pada hutang.

Ukuran dewan komisaris juga tidak berhasil menunjukkan hasil yang signifikan. Penelitian ini menunjukkan bahwa fungsi dewan komisaris tidak dapat secara langsung menekan manajemen untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Selain itu, variabel komite audit juga tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penjelasan yang dapat diberikan adalah komite audit yang dibuat sebagian besar perusahaan hanya sebagai formalitas semata sehingga mengabaikan fungsi pengawasan dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. (Waryanto, 2010).

Keterbatasan pertama yang dihadapi peneliti adalah perbedaan yang sangat jauh antara nilai variabel ukuran perusahaan yang diakibatkan penggunaan proksi jumlah tenaga kerja. Kemudian peneliti juga menemukan bahwa penggunaan variabel *leverage* tidak relevan apabila sampel yang diteliti memasukkan perusahaan yang bergerak di bidang perbankan karena pada umumnya perusahaan yang bergerak di bidang tersebut memiliki tingkat *leverage* yang sangat besar yang diakibatkan dari adanya simpanan dari nasabah yang sangat besar yang berada di pos kewajiban. Lebih lanjut lagi, penggunaan *GRI Guidelines* sebagai acuan indeks pengungkapan tanggung jawab sosial kurang cocok karena banyak perusahaan yang terdaftar di BEI belum mengadopsi penerapan standar pelaporan tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan di atas maka saran yang dapat diajukan adalah dengan menggunakan proksi alternatif berupa total aset untuk mengukur variabel ukuran perusahaan. Selanjutnya dengan mengeliminasi perusahaan perbankan dalam daftar sampel atau mengurangi variabel *profile* yang mensyaratkan sampel berisi seluruh jenis perusahaan yang terdaftar di BEI. Saran lain adalah dengan menggunakan ukuran lain dalam mengestimasi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau menambah variabel kepemilikan asing karena *GRI Guidelines* merupakan standar asing sehingga tentu pihak asing akan lebih mengharapkan pelaporan keuangan di dalam laporan tahunan yang telah teradopsi *GRI Guidelines* tersebut.

REFERENSI

- Ghozali, I., 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Penerbit UNDIP.
- Handajani, L., Sutrisno, dan Chandrarin, G., 2009, *The Effect Of Earnings Management and Corporate Governance Mechanism to Corporate Social Responsibility Disclosure: Study at Public Companies in Indonesia Stock Exchange*, Makalah disampaikan pada Simposium Nasional Akuntansi XII, Palembang, 4-6 November 2009.
- Ikatan Akuntan Indonesia, 2009, *Standar Akuntansi Keuangan*. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Nurkhin, A., 2009, *Corporate Governance dan Profitabilitas; Pengaruhnya terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia)*, Tesis Dipublikasikan, Semarang: Program Pascasarjana Universitas Diponegoro.
- Sembiring, E. R., 2005, *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta*, Makalah disampaikan pada Simposium Nasional Akuntansi VII, Solo, 15–16 September 2005.

- Waryanto, 2010, Pengaruh Karakteristik Good Corporate Governance (GCG) terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia, *Skripsi Dipublikasikan*, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Yuliana, R., Purnomosidhi B., dan Sukoharsono E. G., 2008, *Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Dampaknya terhadap Reaksi Investor (Studi pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*, Makalah disampaikan pada The 2nd Accounting Conference, 1st Doctoral Colloquium, and Accounting Workshop Depok, 4-5 November 2008.