

Pengaruh Stakeholder Power, Strategic Posture, Dan Kinerja Ekonomi Terhadap Pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*)

(Studi Empiris pada Laporan Tahunan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2011-2012)

**Siti Suharni, SE, M.AKs¹; Nurharibnu Wibisono, SE, Ak, M.Si²;
Girang Maha Siswantoro³**

^{1 dan 2}) Dosen Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Madiun

³) Alumni Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Madiun

Jl. Serayu No. 79 Kota Madiun

Email: nanu_lasa@yahoo.co.id

Abstract

Intention of this research is to test influence of power stakeholder, posture strategic, and economic performance to disclosure of CSR (Corporate Social Responsibility). This Research use method of purposive sampling. Its sampel are 79 manufacturing business which enlist in Indonesian Stock Exchange (IDX) year 2011-2012. Analyzer in this research use program of SPSS 16 and its analyse use multiple regression. Disclosure of CSR manufacturing corporation in this research use variable of stakeholder power, strategic posture, and economic performance. Result of this research prove that economic performance have positive effect to disclosure of CSR. Stakeholder power and strategic posture do not have an effect to disclosure of CSR.

Keyword: Disclosure of CSR, stakeholder power, strategic posture, economic performance

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kebijakan CSR pada sebuah perusahaan dipengaruhi oleh kondisi eksternal dan internal perusahaan. Salah satu yang dapat mempengaruhi kebijakan CSR adalah *stakeholder* perusahaan. *Stakeholder* menurut Hummels (1998) adalah individu dan kelompok yang memiliki klaim yang sah pada organisasi untuk berpartisipasi dalam proses pembuatan keputusan yang hanya karena mereka dipengaruhi oleh praktek, kebijakan dan tindakan organisasi.

Pada teori kerangka kerja konseptual *stakeholder* yang dikembangkan oleh Ullmann (1985), ia berpendapat bahwa *power stakeholder* berhubungan dengan *strategic posture* yang diadopsi oleh perusahaan. Menurutnya, *strategic posture* menggambarkan model reaksi yang ditunjukkan oleh pengambil keputusan kunci perusahaan terhadap tuntutan sosial. Cara-cara yang dilakukan

perusahaan untuk memonitor *stakeholder* tergantung pada *strategic posture* yang diadopsi perusahaan (Ullman, 1985). Organisasi mungkin mengadopsi *strategic posture* yang aktif atau pasif. Perusahaan yang mengadopsi *strategic posture* aktif akan berusaha mempengaruhi hubungan organisasinya dengan *stakeholder* yang dipandang berpengaruh atau penting (Ullman, 1985). Hal ini menunjukkan bahwa *active posture* tidak hanya mengidentifikasi *stakeholder* tetapi juga menentukan *stakeholder* mana yang memiliki kemampuan terbesar dalam mempengaruhi alokasi sumber ekonomi ke perusahaan. Sebaliknya, perusahaan dengan *pasive posture* cenderung tidak terus menerus memonitor aktivitas *stakeholder* dan secara sengaja tidak mencari strategi optimal untuk menarik perhatian *stakeholder*. Kurangnya perhatian terhadap *stakeholder* dalam pendekatan *pasive posture*) akan

mengakibatkan rendahnya tingkat pengungkapan informasi sosial dan rendahnya kinerja sosial perusahaan (Ullman, 1985).

Dengan banyaknya penelitian yang mengaitkan antara CSR dengan *stakeholder*, diikuti dengan hasil yang tidak konsisten (Ullmann, 1985), hal ini memunculkan sebuah permasalahan dalam penelitian ini terkait dengan kerangka dari *stakeholder* itu sendiri. Berdasarkan permasalahan di atas penulis melakukan sebuah penelitian dalam bidang CSR dengan menggunakan sebuah kerangka kerja konseptual yang dikembangkan oleh Ullman (1985), sebagai dasar untuk menjelaskan hubungan antara pengungkapan sosial, kinerja sosial, dan kinerja ekonomi. Tujuan kerangka kerja yang dikembangkan oleh Ullman (1985), untuk merekonstruksi ulang kerangka yang dibuat oleh Freeman (1984).

Penelitian ini berusaha mereplikasi penelitian sebelumnya dengan menggunakan hasil kerangka kerja konseptual Ullmann (1985), yang diteliti oleh Roberts (1992). Roberts (1992) berusaha untuk melakukan studi empiris untuk mengetahui apakah *stakeholder* mempunyai pengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan, penelitian Roberts (1992) mengambil sampel dari 130 perusahaan yang masuk dalam majalah Forbes. Setelah penelitian selesai dilakukan hasilnya adalah *stakeholder* mempunyai pengaruh yang sangat kuat terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

Roberts 1992 hanya mengambil sampel penelitian pada perusahaan yang ada di Amerika saja. Hal inilah yang mengilhami penulis untuk meneliti apakah kerangka kerja konseptual yang dikembangkan oleh Ullmann (1985), dapat diterapkan pada perusahaan yang ada di Indonesia. Seperti yang kita ketahui bahwa banyak sekali perbedaan kriteria CSR pada perusahaan yang ada

di Amerika dan perusahaan yang ada di Indonesia.

Selain perbedaan kriteria CSR dalam perusahaan yang ada di Amerika dan perusahaan yang ada di Indonesia, perusahaan yang ada di luar negeri terutama Amerika juga sangat memperhatikan isu-isu sosial seperti pelanggaran hak asasi manusia, pendidikan, dan tenaga kerja. Selain itu juga terdapat isu lingkungan seperti efek rumah kaca, pencemaran air, dan juga pencemaran udara, padahal hal-hal inilah yang kurang diperhatikan oleh perusahaan yang ada di Indonesia (Fauzi, 2006).

Berdasarkan uraian di atas, penulis bertujuan untuk melihat pengaruh dari kerangka kerja konseptual *stakeholder* yang dikembangkan oleh Ullmann (1985) terhadap aktivitas tanggung jawab sosial apakah bisa diterapkan pada perusahaan yang ada di Indonesia pada saat ini. Maka penelitian ini mengambil judul “Pengaruh *Stakeholder Power, Strategic Posture*, dan Kinerja Ekonomi Terhadap Pengungkapan CSR (Studi Empiris Pada Laporan Tahunan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di BEI Tahun 2011-2012)”.

Sesuai dengan latar belakang masalah, maka permasalahan yang dibahas adalah sebagai berikut :

1. Apakah *stakeholder* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
2. Apakah variabel *stakeholder power, strategic posture*, dan kinerja ekonomi bisa diterapkan pada perusahaan yang ada di Indonesia?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui apakah *stakeholder* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
2. Untuk menguji apakah variabel *stakeholder power, strategic posture*, dan kinerja ekonomi bisa diterapkan

pada perusahaan yang ada di Indonesia.

Manfaat Penelitian

Bagi peneliti, penelitian ini bisa untuk mengetahui hal-hal apa saja yang mempengaruhi pengungkapan CSR dan alasan mengapa CSR diterapkan oleh banyak perusahaan. Bagi perusahaan dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *stakeholder* dalam pengambilan keputusan untuk melakukan CSR. Bagi *stakeholder* dapat digunakan sebagai acuan untuk mengetahui strategi yang akan dilakukan jika perusahaan melakukan kewajiban CSR.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Kajian Penelitian Terdahulu

Roberts (1992) pernah melakukan penelitian dengan judul "*Determinants Of Corporate Social Responsibility Disclosure : An Application Of Stakeholder Theory*". Penelitian ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh *stakeholder* terhadap pengungkapan CSR. Sampel yang diambil adalah 130 perusahaan besar yang diterbitkan oleh Dewan Prioritas Ekonomi (CEP) pada tahun 1986. Variabel dependen dalam penelitian tersebut adalah pengungkapan CSR, sedangkan variabel independen adalah *stakeholder power, strategic posture, economic performance*. Hasil dari penelitian yang diambil oleh Roberts (1992) menunjukkan bahwa secara signifikan *stakeholder* berpengaruh sangat kuat terhadap pengambilan keputusan untuk melakukan CSR.

Sitepu dan Hasan (2009) meneliti luas pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta. Variabel dependen berupa pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) dengan variabel

independen berupa ukuran dewan komisaris, *leverage*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas secara bersama-sama memiliki kemampuan mempengaruhi jumlah informasi sosial yang diungkapkan. Hasil pada penelitian tersebut adalah semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif, hal itu dapat meningkatkan luas pengungkapan sosialnya. Alat analisis pada penelitian ini menggunakan uji regresi berganda.

Sari (2012) meneliti pengaruh karakteristik perusahaan terhadap CSR pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan variabel independen yang digunakan adalah *profile, size, profitabilitas, leverage* dan *growth company*. Pada penelitian ini alat analisis menggunakan uji regresi berganda. Dari lima variabel tersebut hanya dua yang signifikan terhadap CSR yaitu *size* dan profitabilitas sedangkan *profile, leverage* dan *growth company* tidak berpengaruh.

Lucyanda dan Siagian (2012) menguji pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan CSR. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, ukuran dewan komisaris, profil perusahaan, umur perusahaan, kepemilikan manajemen, *earning per share*, kepedulian dan peluang pertumbuhan. Dari sepuluh variabel tersebut, lima variabel yang berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, profil perusahaan, *earning per share* dan kepedulian lingkungan. Pada penelitian ini alat analisis menggunakan uji regresi berganda

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yaitu peneliti mengambil variabel independen *stakeholder power*, *strategic posture*, dan kinerja ekonomi. Obyek penelitiannya pada sektor manufaktur yang terdaftar dalam BEI pada tahun 2011 dan 2012. Alasan yang mendasari peneliti mengambil obyek tersebut karena semakin besarnya tuntutan masyarakat akan adanya sebuah tanggung jawab sosial dari sebuah perusahaan. Persamaan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Roberts (1992) adalah tentang kerangka pemikiran untuk mengukur seberapa besar pengaruh *stakeholder* terhadap pengungkapan CSR, yaitu dengan menggunakan kerangka kerja konseptual yang telah dikembangkan oleh Ullmann (1995).

1. Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* adalah teori yang menggambarkan kepada pihak mana saja (*stakeholder*) perusahaan bertanggung jawab Freeman dan J. McVea (2001). Perusahaan harus menjaga hubungan dengan *stakeholder* dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan *stakeholder*, terutama *stakeholder* yang mempunyai *power* terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan, misal tenaga kerja, pasar atas produk perusahaan dan lain-lain (Chariri dan Ghozali, 2007). Salah satu strategi untuk menjaga hubungan dengan para *stakeholder* perusahaan adalah dengan melaksanakan CSR, dengan pelaksanaan CSR diharapkan keinginan dari *stakeholder* dapat terakomodasi sehingga akan menghasilkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan *stakeholder*. Hubungan yang harmonis akan berakibat pada keberlanjutan atau kelestarian perusahaan (*sustainability*).

Ullmann (1985) mengevaluasi penelitian sebelumnya di bidang CSR dan menyimpulkan bahwa beberapa

kekurangan yang ada dalam tubuh penelitian tanggung jawab sosial perusahaan. Terutama dalam kritiknya adalah kurangnya teori tanggung jawab sosial yang cukup komprehensif untuk menjelaskan mengapa perusahaan-perusahaan terlibat dalam upaya tanggung jawab sosial. Dia berpendapat bahwa kurangnya suatu teori yang komprehensif atas hasil yang bertentangan dari banyak penelitian. Sebuah kerangka konseptual dikembangkan oleh Ullmann (1985) cukup untuk menjelaskan hubungan antara pengungkapan sosial, kinerja sosial, dan kinerja ekonomi. Kerangka ini didasarkan pada pendekatan *stakeholder* untuk manajemen strategis yang disampaikan oleh Freeman (1984), di mana tuntutan eksternal yang bertentangan pada perusahaan dapat di atasi.

Ullmann (1985) menyimpulkan bahwa model tanggung jawab sosial perusahaan dikembangkan dalam penelitian sebelumnya yang kurang cocok karena hubungan strategi perusahaan terhadap keputusan tanggung jawab sosial belum dimasukkan ke dalam uji empiris. Ullmann (1985) mengembangkan kerangka konseptual untuk memprediksi tingkat aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan dan pengungkapan berdasarkan konsep pemangku kepentingan yang dicetuskan oleh Freeman (1984). Kerangka konseptual Ullman (1985) konsisten dengan pandangan konseptual pelaporan sosial perusahaan dibahas oleh Dierkes dan Antal (1985), perusahaan publik yang mengungkapkan informasi mengenai kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan memberikan dasar untuk dialog dengan berbagai konstituen bisnis.

Ullmann(1985) mengembangkan tiga model dimensi sebagai bahan yang cukup untuk menjelaskan hampir semua hubungan antara pengungkapan sosial,

kinerja sosial dan kinerja ekonomi. Pengaruh *Stakeholder* akan dibahas sebagai dimensi pertama dari model yang menjelaskan bahwa perusahaan akan responsif terhadap intensitas tuntutan *stakeholder*. *Stakeholder* memiliki kekuasaan untuk memberikan pengaruh kepada manajemen perusahaan yang dipandang sebagai fungsi untuk mengontrol manajemen supaya lebih baik dari yang dibutuhkan oleh perusahaan (Ullmann, 1985). Manajemen lebih kritis kepada *stakeholder* karena untuk kelangsungan hidup perusahaan di masa depan dan keberhasilan perusahaan, jika aktivitas tanggung jawab sosial dipandang sebagai strategi manajemen yang efektif untuk berurusan dengan *stakeholder*, maka hubungan yang positif antara *stakeholder* dengan kinerja sosial, pengungkapan sosial, dan kinerja ekonomi berjalan dengan baik sesuai yang diharapkan.

Bentuk kedua dari model tersebut adalah *strategic posture* perusahaan terhadap aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan. *Strategic posture* menggambarkan respon dari pengambil keputusan perusahaan mengenai tuntutan sosial. Ullmann (1985) berpendapat *strategic posture* dengan bentuk aktif atau pasif. Sebuah

perusahaan yang manajemennya mencoba untuk mempengaruhi hubungan mereka dengan *stakeholder* utama melalui aktivitas tanggung jawab sosial harus memiliki *strategic postur* yang aktif. Jika manajemen perusahaan tidak terus memantau posisi *stakeholder* dan tidak mengembangkan program khusus untuk menangani pengaruh *stakeholder*, maka perusahaan tersebut dianggap memiliki *strategic posture* yang pasif. Dengan demikian, semakin aktif *strategic posture* akan lebih besar aktivitas CSR yang dilakukan.

Dimensi model ketiga menyangkut kinerja ekonomi perusahaan saat ini. Pentingnya kinerja ekonomi ditempatkan pada dimensi ketiga untuk memenuhi tujuan tanggung jawab sosial, yang mungkin menjadi kebutuhan sekunder untuk memenuhi tuntutan ekonomi yang berdampak langsung pada terus berlangsungnya hidup perusahaan. Kinerja ekonomi secara langsung mempengaruhi kemampuan keuangan untuk mengadakan program CSR. Oleh karena itu, mengingat tingkat kekuasaan *stakeholder* dan *strategic posture*, semakin baik kinerja ekonomi suatu perusahaan, semakin besar aktivitas CSR yang dilakukan dan pengungkapannya.

Gambar 1. Kerangka Kerja Koseptual Ullmann (1985)

Situation	Stakeholder power	Strategic posture	Economic performance	Strategy
1	High	Active	Good	Social performance high Social disclosure : high (mandatory and voluntary)
2	High	Active	Poor	Social performance high Social disclosure : high regarding mandated matters, low regarding voluntary matters
3	Low	Active	Good	Social performance high Social disclosure : high

				regarding mandated matters, low regarding voluntary matters
4	Low	Active	Poor	Social performance high Social disclosure : high (mandatory and voluntary)
5	High	Passive	Good	Social performance high Social disclosure : indeterminate regarding mandatory matters, low regarding voluntary matters
6	High	Passive	Poor	Social performance high Social disclosure : indeterminate regarding mandatory matters, low regarding voluntary matters
7	Low	Passive	Good	Social performance low Social disclosure : low (mandatory and voluntary)
8	Low	Passive	Poor	Social performance low Social disclosure : low (mandatory and voluntary)

2. CSR (Corporate Social Responsibility)

Crowther David (2008) mengurai prinsip-prinsip tanggung jawab sosial (*social responsibility*) menjadi tiga, yaitu: (1) *sustainability* (2) *accountability* dan (3) *transparency*.

Sustainability, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas (*action*) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumber daya di masa depan.

Accountability, upaya perusahaan terbuka dan bertanggung jawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan, ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal. Konsep ini menjelaskan pengaruh kuantitatif aktivitas perusahaan terhadap

pihak internal dan eksternal (Crowther David, 2008). Akuntabilitas dapat dijadikan sebagai media bagi perusahaan membangun *image* dan *network* terhadap para pemangku kepentingan.

Transparency, merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Transparansi bersinggungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan berikut dampak terhadap pihak eksternal. Crowther David (2008) menyatakan:

“Transparency, as a principle, means that the external impact of the action of the organization da be ascertained from that organisation’s reporting and pertinent facts are not disguised within that reporting.....the effect of the action of the organization, including external impacts, should be apparent to all from using the

information provided by the organisation's reporting mechanism."

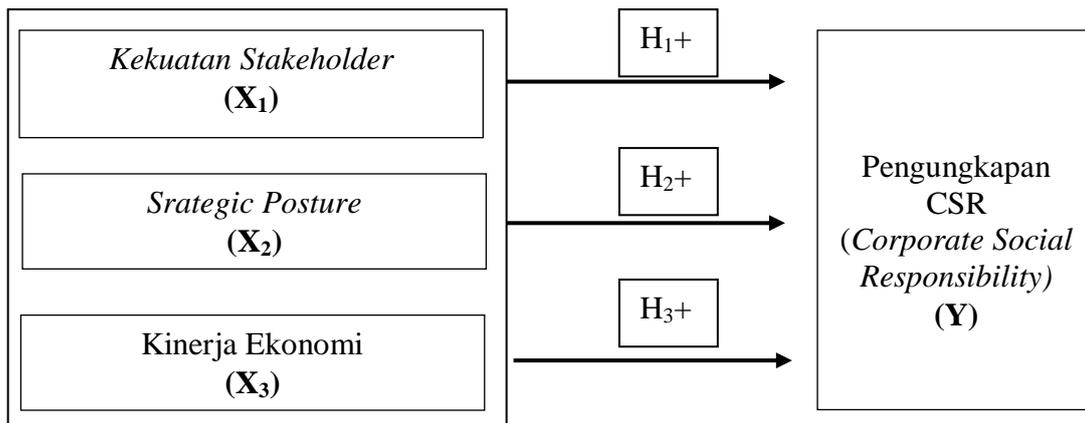
Transparansi merupakan suatu hal yang sangat penting bagi pihak eksternal, berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman, khususnya

informasi dan pertanggung jawaban berbagai dampak dari lingkungan.

Kerangka Pemikiran

Kerangka yang menghubungkan masing-masing variabel dapat dilihat dalam gambar di bawah ini:

Gambar 2. Kerangka Pemikiran



Berdasarkan konsep di atas diketahui bahwa model penelitian ini hanya terdiri dari satu tahap yaitu untuk menjelaskan pengaruh komponen *stakeholder theory* terhadap pengungkapan CSR. Variabel independen dalam penelitian ini meliputi *stakeholder power*, *strategic posture*, dan kinerja ekonomi. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu pengungkapan CSR.

Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menguji pengaruh *stakeholder theory* yang diprosikan dengan *stakeholder power*, *strategic posture*, dan kinerja ekonomi terhadap pengungkapan CSR. Berikut ini merupakan pengujian hipotesis yang dilakukan:

1. Pengaruh *Stakeholder Power* Terhadap Pengungkapan CSR

Stakeholder meliputi pemegang saham, investor, pekerja, pelanggan, dan pemasok. Ullman (1985) menyatakan *Stakeholder* memiliki kekuasaan untuk memberikan pengaruh kepada

manajemen perusahaan yang dipandang sebagai fungsi untuk mengontrol manajemen supaya lebih baik dari yang dibutuhkan oleh perusahaan.

H1: *Stakeholder Power* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

2. Pengaruh *Strategic Posture* Terhadap Pengungkapan CSR

Strategic posture menggambarkan respon dari pengambil keputusan perusahaan mengenai tuntutan sosial. Ullmann (1985) berpendapat *strategic posture* dengan bentuk aktif atau pasif. Sebuah perusahaan yang manajemennya mencoba untuk mempengaruhi hubungan mereka dengan *stakeholder* utama melalui aktivitas akan melakukan tanggung jawab sosial maka harus memiliki *strategic postur* yang aktif. Dengan demikian, semakin aktif *strategic posture* akan lebih besar aktivitas CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang dilakukan.

H2: *Strategic Posture* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

3. Pengaruh Kinerja Ekonomi Terhadap Pengungkapan CSR

Menurut Ullmann (1985) pentingnya kinerja ekonomi karena untuk memenuhi tujuan tanggung jawab sosial, yang mungkin menjadi kebutuhan sekunder untuk memenuhi tuntutan ekonomi yang berdampak langsung pada terus berlangsungnya hidup perusahaan. Kinerja ekonomi secara langsung mempengaruhi kemampuan keuangan untuk mengadakan program CSR. Oleh karena itu, mengingat tingkat kekuasaan *stakeholder* dan *strategic posture*, semakin baik kinerja ekonomi suatu perusahaan, semakin besar aktivitas CSR yang dilakukan dan pengungkapannya.

H3 : Kinerja Ekonomi berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui apakah pengungkapan CSR telah dilakukan, bagaimana tingkat pengungkapannya, dan untuk menguji seberapa besar pengaruh *stakeholder power*, *strategic posture*, dan kinerja ekonomi terhadap pengungkapan CSR perusahaan manufaktur.

Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang melakukan listing di BEI pada tahun 2011-2012. Sedangkan untuk teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu sebanyak 126

perusahaan yang mengungkapkan CSR pada laporan tahunan secara lengkap sesuai PSAK.

Definisi Operasional Variabel

a. Variabel dependen pada penelitian ini adalah Pengungkapan CSR

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengungkapan CSR yang diprosikan terhadap pengevaluasian pengungkapan CSR itu sendiri. Pengevaluasian yang dimaksud peneliti disini adalah sejauh mana perusahaan melakukan pengungkapan sehingga membawa dampak yang positif terhadap lingkungan dan juga masyarakat.

b. Variabel Independen

Untuk mengukur pengungkapan CSR pada penelitian ini dilakukan dengan cara menghitung jumlah kalimat pengungkapan CSR yang kemudian diprosikan dengan variabel independen yang ada dalam penelitian ini (Azlan Amran, 2009).

1) Stakeholder Power

Stakeholder power adalah sejauh mana *stakeholder* berkonstrasi atau fokus terhadap perusahaannya dan juga sejauh mana memberikan arahan kepada manajemen dengan tujuan yang baik. Makin *powerfull stakeholder*, maka makin besar pula usaha perusahaan untuk beradaptasi (Chariri, 2011). Rumus untuk menghitung seberapa besar pengaruh *stakeholder power* sebagai berikut :

$$\text{Rasio Hutang Terhadap Ekuitas} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

2) Strategic Posture

Strategic posture menggambarkan model reaksi yang ditunjukkan oleh pengambil keputusan kunci perusahaan terhadap tuntutan sosial. Penilaiannya adalah apabila perusahaan memberikan

bantuan kepada sebuah yayasan ataupun memberikan bantuan pada masyarakat maka akan mendapatkan nilai 1, dan apabila perusahaan tidak memberikan bantuan kepada sebuah yayasan ataupun tidak memberikan bantuan pada

masyarakat maka akan mendapatkan nilai 0.

Apabila masing-masing perusahaan sudah diberikan nilai berdasarkan kriteria pengungkapannya

maka untuk mengetahui nilai pengungkapan CSR dihitung dengan persentase jumlah item yang dilaporkan dibagi dengan keseluruhan item dengan rumus:

$$X = \frac{\sum X}{N} \times 100\%$$

Keterangan: X = Item *strategic posture*; N = Total keseluruhan item

3) Kinerja Ekonomi

Kinerja ekonomi adalah gambaran setiap hasil ekonomi yang mampu diraih oleh perusahaan pada periode tertentu melalui aktivitas-aktivitas perusahaan untuk menghasilkan keuntungan secara efisien dan efektif, yang dapat diukur

perkembangannya dengan mengadakan analisis terhadap data-data keuangan yang tercermin dalam laporan keuangan. Penilaian tentang kinerja ekonomi dalam penelitian ini dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$MGROE\ 2012 = \frac{ROE\ 2011 - ROE\ 2012}{2} \times 100\%$$

Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan merupakan data sekunder dari BEI yang merupakan laporan tahunan perusahaan manufaktur tahun 2011-2012. Data dikumpulkan dengan menggunakan penelusuran data sekunder melalui metode dokumentasi, yaitu laporan tahunan perusahaan yang menjadi sampel penelitian.

Teknik Analisis Data

a. Uji Empiris

Uji empiris merupakan pengujian berdasarkan data yang tersedia. Suatu penjelasan dikatakan ilmiah apabila harus memasukkan satu atau lebih prinsip-prinsip umum atau hukum, dan harus ada pra kondisi yang biasanya diwujudkan dalam bentuk pernyataan hasil observasi dan harus ada satu pernyataan yang menggambarkan sesuatu yang dijelaskan (Imam Ghozali, 2000).

b. Pengujian Hipotesis

Pendeteksian pengungkapan CSR dilakukan dengan cara mengukur persentase pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur. Pengungkapan tersebut dilihat pada item laporan tahunan yang telah diaudit oleh auditor independen.

Teknik pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah pengujian regresi berganda. Pengujian regresi berganda dimaksudkan untuk menguji variabel yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Semua pengujian akan diolah menggunakan komputer dengan program SPSS 16.

Pengujian pengaruh variabel *stakeholder power*, *strategic posture*, dan kinerja ekonomi terhadap pengungkapan CSR menggunakan regresi berganda, merujuk pada penelitian Roberts (1992). Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$SOCDIS = \beta_0 + \beta_1 \text{Deratio} + \beta_2 \text{Found} + \beta_3 \text{PIGROE} + \beta_3 \text{Age} + \beta_4 \text{Size} + e$$

Simbol	Keterangan
SOCDIS	Pengungkapan CSR
β_1 Deratio	<i>Stakeholder Power</i>
β_2 Found	<i>Strategic Posture</i>
β_3 FIGROE	Kinerja Ekonomi
β_3 Age	Umur Perusahaan
β_4 Size	Ukuran Perusahaan
e	Error

Uji asumsi klasik

a. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas dideteksi dengan dengan melihat nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen mana yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai *tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 . Multikolinearitas juga dapat dideteksi dengan menganalisis matriks korelasi variabel independen. Apabila antar variabel independen terdapat korelasi yang cukup tinggi (umumnya di atas 0,90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinearitas (Imam Ghozali, 2009).

b. Uji Autokorelasi

Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode selanjutnya ($t-1$). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan problem autokorelasi. Cara untuk mendeteksi adanya autokorelasi adalah dengan menggunakan uji Darbin – Watson (DW test).

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke-pengamatan lain. Cara untuk mendeteksi adanya

heteroskedastisitas adalah analisis regresi berganda, terlebih dahulu melihat grafik *scatterplot*. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi-Y sesungguhnya) yang telah di-studentized.

d. Uji Normalitas

Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah variabel pengganggu atau residual dalam model regresi memiliki distribusi normal. Cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak adalah dengan menggunakan analisis grafik dan uji statistik. Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik normal plot.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis regresi berganda untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dan menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen.

a. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan sebuah model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 – 1. Koefisien determinasi bias terhadap jumlah variabel independen

dalam model regresi, sehingga banyak peneliti menganjurkan menggunakan adjusted R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik (Imam Ghozali, 2009).

b. Nilai F

Apabila nilai F hitung hasil regresi < nilai F tabel, maka H_0 tidak ditolak. Tetapi apabila nilai F hitung hasil regresi > nilai F tabel, maka H_A diterima (Imam Ghozali, 2009). Nilai F dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 5%. H_0 ditolak dan H_A diterima apabila tingkat signifikansi < 0,05 atau H_0 tidak ditolak dan H_A tidak diterima apabila tingkat signifikansi > 0,05.

c. Nilai t

Apabila nilai t hitung hasil regresi < nilai t tabel, maka H_0 tidak ditolak. Sebaliknya apabila nilai t hitung hasil regresi > nilai t tabel, maka H_A diterima (Imam Ghozali, 2009). Nilai t dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 5 %. H_0 ditolak dan H_A diterima apabila tingkat signifikansi < 0,05 atau H_0 tidak ditolak dan H_A tidak diterima apabila tingkat signifikansi > 0,05.

Hasil Dan Pembahasan

Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Depenelitian Sampel

Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa laporan tahunan perusahaan manufaktur tahun 2011-2012 yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan data yang diperoleh, beberapa perusahaan manufaktur tidak menyajikan secara lengkap informasi yang dibutuhkan pada penelitian ini.

Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 79 laporan tahunan atau 62,7% dari keseluruhan laporan tahunan perusahaan manufaktur sebanyak 126 perusahaan. Sampel terdiri dari laporan tahunan seluruh perusahaan manufaktur di Indonesia. Perusahaan manufaktur meliputi perusahaan makanan dan minuman, perusahaan otomotif, perusahaan rokok, perusahaan semen, dan perusahaan kertas.

Populasi dalam penelitian ini ada 98 laporan tahunan perusahaan manufaktur, dengan rincian 67 laporan tahunan pada tahun 2011 dan 31 laporan tahunan pada tahun 2012. Dari jumlah tersebut yang memenuhi kriteria untuk dijadikan sampel sebanyak 79 laporan tahunan perusahaan manufaktur.

Tabel 1
Sampel Penelitian

Laporan Tahunan yang berhasil diunduh	126
Laporan Tahunan yang tidak menyediakan data lengkap	28
Data <i>Outlier</i>	19
Sampel	79

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Perusahaan manufaktur yang menjadi sampel adalah perusahaan manufaktur yang memenuhi beberapa kriteria tertentu yang sudah dijelaskan di Bab III. Berdasarkan teknik pengambilan sampel tersebut laporan tahunan perusahaan manufaktur yang berhasil diunduh

sebanyak 126. Setelah diperiksa ada 28 laporan tahunan yang tidak menyediakan data secara lengkap dan data *outlier* sebanyak 19 laporan tahunan, sehingga hanya 79 laporan tahunan yang memenuhi syarat untuk dijadikan sampel pada penelitian ini. Nama perusahaan manufaktur yang menjadi sampel pada

penelitian ini dapat dilihat pada lampiran 1.

Sampel dengan data *outlier* sebanyak 19 laporan tahunan. Sampel tersebut beberapa diantaranya adalah PT Akasha Wira International Tbk (laporan tahunan 2012), PT Unggul Indah Cahaya Tbk (laporan tahunan 2011), PT Mulia Industrindo Tbk (laporan tahunan 2011), PT Kedawung Setia Industrial Tbk (laporan tahunan 2011), PT Kalbe Farma Tbk (laporan tahunan 2011), PT

Krakatau Steel Tbk (laporan tahunan 2011), PT Kertas Basuki Rachmat Indonesia Tbk (laporan tahunan 2012), PT Duta Pertiwi Nusantara Tbk (laporan tahunan 2012), PT. Asahimas Flat Glass Tbk (laporan tahunan 2012).

2. Statistik Deskriptif

Pada tabel 2 disajikan statistik deskriptif untuk variabel dependen yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini

Tabel 2. Statistik Deskriptif *Social Disclosure* (dalam %) (n=79, 2 periode pengamatan = 79)

	MEAN	MAX	MIN
SOCDIS (%)	10,62	40,00	1,00

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Berdasarkan tabel 2 di atas, nilai rerata tingkat SOCDIS pada perusahaan manufaktur berada pada nilai 10,62%. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa SOCDIS pada perusahaan manufaktur berada pada level rendah, mengingat SOCDIS pada perusahaan manufaktur dipengaruhi oleh berbagai faktor.

Berdasarkan data di atas, terdapat 35 atau 44,3% dari keseluruhan sampel

memiliki SOCDIS di atas nilai rerata. SOCDIS tertinggi dimiliki oleh PT HM. Sampoerna Tbk (laporan tahunan 2011). Terdapat 44 atau 55,7% perusahaan manufaktur yang memiliki SOCDIS di bawah nilai rerata.

Tabel 3 memaparkan statistik deskriptif variabel independen yang meliputi *stakeholder power*, *strategic posture*, dan kinerja ekonomi.

Tabel 3. Statistik Deskriptif Variabel Independen (n=79, periode pengamatan = 79)

	MEAN	MAX	MIN
<i>Stakeholder Power</i> (%)	1,468	30,000	0,000
<i>Strategic Posture</i> (%)	0,620	1,000	0,000
LN SIZE (%)	13,493	20,00	11,00

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Variabel *stakeholder power* diukur dengan menggunakan *debt equitas ratio* berdasarkan laporan tahunan sesuai dengan kriteria pada Bab III. Nilai rerata *stakeholder power* adalah 1,468%. Perusahaan manufaktur yang memiliki *debt equitas ratio* di atas rata-rata sebanyak 28 perusahaan, dan yang paling besar nilainya adalah PT Apac Citra Centertex Tbk (laporan tahunan 2012).

Perusahaan manufaktur yang memiliki *debt equitas ratio* di bawah rata-rata sebanyak 51 perusahaan, dan yang paling terkecil nilainya adalah PT Kertas Basuki Rachmat Indonesia Tbk (laporan tahunan 2012).

Variabel *strategic posture* diukur dengan menggunakan apakah perusahaan tersebut memberikan sumbangan kepada sebuah yayasan atau tidak berdasarkan

data yang ada dalam laporan tahunan, kriteria ini sesuai dengan definisi variabel pada Bab III. Rerata nilai dari *strategic posture* perusahaan manufaktur adalah 0,62%. Perusahaan manufaktur yang telah memberikan sebuah bantuan kepada yayasan sebanyak 50 perusahaan, dan yang tidak memberikan bantuan kepada sebuah yayasan sebanyak 29 perusahaan. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa perusahaan manufaktur pada umumnya telah memberikan sebuah bantuan kepada yayasan.

Variabel kinerja ekonomi diukur dengan menggunakan ukuran perusahaan berdasarkan data yang ada dalam laporan tahunan, yaitu dengan menghitung *learn total aset* yang terdapat pada laporan tahunan, sesuai dengan definisi variabel pada Bab III. Rerata nilai dari kinerja ekonomi perusahaan manufaktur adalah 13,49%. Perusahaan manufaktur yang memiliki *learn total aset* di atas rata-rata sebanyak 45 perusahaan, dengan nilai yang terbesar adalah PT Indo Acidatama Tbk (laporan tahunan 2011). Perusahaan manufaktur yang memiliki *learn total aset* di bawah rata-rata sebanyak 34 perusahaan, dengan nilai terkecil adalah PT Kedawung Setia Industrial Tbk (laporan tahunan 2011).

Sebelum dilakukan pengamatan pengaruh *stakeholder power*, *strategic posture*, dan kinerja ekonomi terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur, terlebih dahulu dilakukan pengamatan sejauh mana pengungkapan CSR dilakukan oleh perusahaan manufaktur. Hasil pengamatan pada tahun 2011 sampai dengan tahun 2012 menunjukkan intensitas pengungkapan CSR pada periode pengamatan sejumlah 844 pengungkapan.

Contoh pengungkapan tentang CSR seperti yang dilakukan oleh PT HM Sampoerna Tbk pada tahun 2011, yaitu:

“Bagi kami, kesuksesan tidak semata diukur dari keberhasilan sebuah

perusahaan untuk mengokohkan dan memperluas usahanya saja. Lebih dari itu, keberhasilan kami juga diukur dari seberapa jauh kami bisa memberikan manfaat kepada masyarakat luas. Pendekatan ini merupakan pendorong program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) kami yang berfokus pada pengentasan kemiskinan, pendidikan, pelestarian lingkungan dan penanganan darurat bencana. CSR Sampoerna dimulai dari masyarakat sekitar pabrik kami dan daerah-daerah sumber pasokan tembakau dan cengkih bagi produk kami. Setiap inisiatif CSR dirancang agar memiliki dampak yang langsung dan berkelanjutan pada penerimanya. Karyawan kami juga berpartisipasi dalam berbagai inisiatif melalui *Sampoerna Volunteers Club* (SVC). Selama tahun 2011, dukungan perseroan terhadap program CSR berjumlah total lebih dari Rp.12 Milliar”.

Bentuk pengungkapan lain yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur yaitu dari PT Unggul Indah Cahaya Tbk pada tahun 2012, yaitu:

“Tanggung Jawab Sosial Perusahaan merupakan bentuk komitmen Perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitar. Perusahaan menyadari sepenuhnya, bahwa untuk dapat mencapai tujuan jangka panjang Perusahaan dibutuhkan sinergi yang harmonis antara kegiatan usaha dengan lingkungan dan masyarakat sekitarnya. Sebagai suatu program berkelanjutan dari program Tanggung Jawab Perusahaan tahun lalu, program tahun 2012 masih diprioritaskan pada bidang pendidikan, hal ini karena Perusahaan menyadari bahwa masa depan bangsa Indonesia berada di tangan anak-anak dari generasi sekarang, untuk itulah kita wajib untuk membina dan membantu mereka agar dapat berkembang menjadi sumber daya manusia yang potensial dan produktif di masa depan”.

Terkait pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur seperti yang dicontohkan seperti di atas, menandakan bahwa perusahaan manufaktur mulai memberikan laporan yang lebih informatif bagi *stakeholder*. Namun Pengungkapan CSR yang masih bersifat *voluntary* menyebabkan masih adanya perusahaan manufaktur yang tidak mengungkapkan kegiatan CSR.

Setelah dilakukan pengamatan terhadap pelaksanaan pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur, selanjutnya dilakukan pengujian terhadap pengaruh *stakeholder* terhadap pengungkapan CSR perusahaan manufaktur.

1. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik digunakan sebelum melakukan pengujian regresi yang dilakukan untuk menguji hipotesis. Adapun pengujian asumsi klasik yang digunakan adalah uji multikolonieritas, autokorelasi, heterokedastisitas dan normalitas. Berdasarkan pengujian data terhadap asumsi klasik, hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut.

a. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Hasil uji multikolonieritas dengan menggunakan nilai *tolerance* dan nilai VIF dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolonieritas

Model	Tolerance	VIF
AGE	0,932	1,073
PIGROE	0,904	1,106
FOUND	0,799	1,251
LNSIZE	0,750	1,334

Sumber: Hasil Olah Data

Hasil uji multikolonieritas pada tabel 4 menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *tolerance* > 0,10 dan semua variabel memiliki nilai VIF < 10, jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian ini.

b. Uji Autokorelasi

Autokorelasi menunjukkan bahwa variabel pengganggu pada suatu observasi berkorelasi dengan variabel pengganggu pada observasi lainnya. Tabel 7 meringkas hasil pengujian autokorelasi dengan menggunakan uji Durbin-Watson (DW test).

Tabel 5
Hasil Uji Autokorelasi

Variabel	Du	4-du	Durbin-Watson
Dep: SOCDIS (%)	1,709	2,8291	1,922

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Hasil uji autokorelasi pada tabel 5 di atas menunjukkan $4-d_u > DW > d_u$. Bila nilai DW terletak antara batas *upper bound* (d_u) dan $(4-d_u)$, maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, berarti tidak ada autokorelasi (Imam Ghozali, 2009). Hasil pengujian menunjukkan

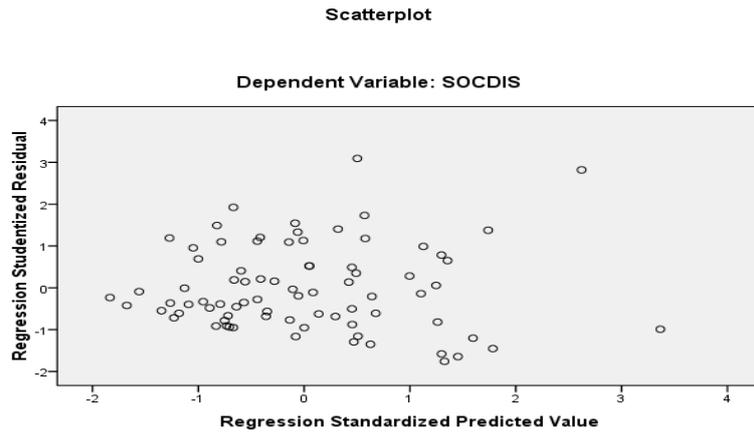
bahwa nilai DW terletak di antara batas *upper bound* (d_u) dan $(4-d_u)$ jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi dalam penelitian ini, sehingga model regresi layak untuk digunakan.

c. Uji Heterokedastisitas

Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual pengamatan ke pengamatan lain. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas

dapat dilakukan dengan menggunakan uji Glejser (Imam Ghozali, 2009). Hasil uji heterokedastisitas dengan menggunakan uji scatterplot dapat dilihat pada gambar 1.

Gambar 1. Hasil Uji Heterokedastisitas



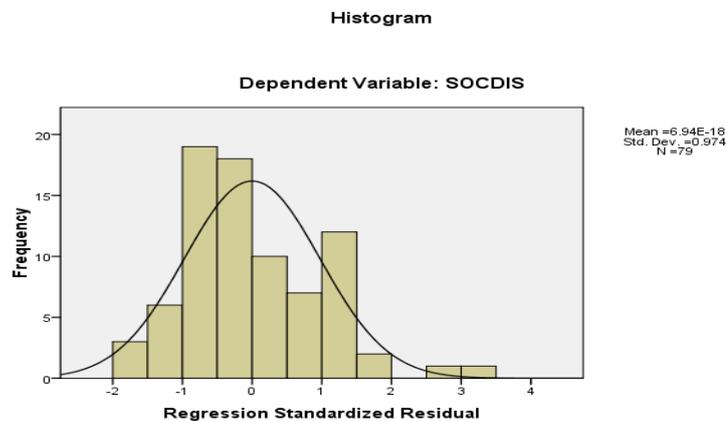
Sumber: Hasil Pengolahan Data

Hasil Uji heterokedastisitas dengan menggunakan uji scatterplot menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada model regresi, sehingga model regresi layak untuk memprediksi SOCDIS berdasarkan masukan variabel independen *Stakeholder Power*, *Strategic Posture*, dan *Kinerja Ekonomi*.

d. Uji Normalitas

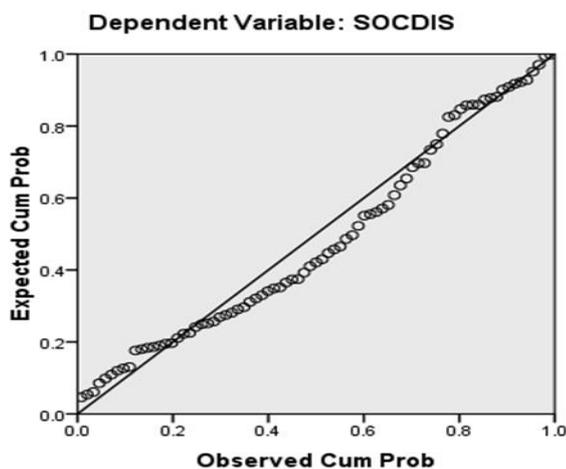
Pengujian ini dilakukan menguji apakah variabel pengganggu atau residual dalam model regresi memiliki distribusi normal. Pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan analisis grafik histogram, *normal probability plot*, dan analisis statistik. Hasil uji normalitas dengan menggunakan grafik histogram dan grafik normal plot dapat dilihat pada gambar berikut.

Gambar 2. Gambar P-Plot



Gambar 3. Gambar Histogram

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Hasil uji normalitas dengan menggunakan grafik histogram maupun grafik normal plot menunjukkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi yang tidak menceng (*skewness*) dan normal. Sedangkan pada grafik normal plot terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya tidak menjauh dari garis

diagonal, sehingga kedua grafik ini menunjukkan bahwa model regresi sesuai dengan asumsi normalitas. Normalitas juga dapat dideteksi dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov (Imam Ghozali, 2009). Hasil uji normalitas dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 6. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		49
Normal Parameters	Mean Std. Deviation	0 7,98724205
Most Extreme Difference	Absolute Positive Negative	0,097 0,097 -0,060
Kolmogorov-Smirnov Z		0,862
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,447

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Uji normalitas dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,862 dan probabilitas yang tidak signifikan sebesar 0,447 jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini sesuai dengan asumsi normalitas. Hasil ini konsisten dengan

hasil uji normalitas dengan menggunakan analisis grafik.

2. Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model yang

dibentuk dalam menerangkan variasi variabel independen. Adapun besarnya

nilai koefisien determinasi ditunjukkan pada tabel 9 sebagai berikut.

Tabel 7
Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of The Estimate
1	0,366 ^a	0,134	0,087	8,200273

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Hasil analisis regresi berganda menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,134 (13,4%). Hasil ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR dipengaruhi oleh *stakeholder power*, *strategic posture*, dan kinerja ekonomi, sedangkan sisanya sebesar 66,6% dipengaruhi faktor lain di luar model penelitian.

b. Nilai F

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama dapat berpengaruh terhadap variabel dependen (*goodness of fit model*). Untuk pengujian ini dilakukan dengan menggunakan Uji F (*F test*). Adapun hasil pengujian secara simultan adalah sebagai berikut.

Tabel 8. Hasil Analisis Nilai F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	770,517	4	192,629	2,865	0,0296 ^a
Residual	4976,091	74	67,244		
Total	5746,608	78			

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Nilai F regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh secara simultan variabel independen terhadap variabel dependen. Pada tabel 8 nilai F menunjukkan nilai sebesar 2,865 dengan signifikansi sebesar 0,029. Nilai F memberikan hasil yang signifikan,

sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel

c. Nilai t

Hasil pengujian hipotesis secara parsial (Nilai t) dan besarnya nilai signifikansi dapat dilihat pada tabel 9 sebagai berikut.

Tabel 9. Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Beta	T	Sig.
(Constant)		-1,073	0,287
DERATIO	0,100	0,881	0,381
FOUND	-0,082	0,679	0,499
LNSIZE	0,333	2,662	0,010

Sumber: Hasil Pengolahan Data

3. Hasil Pengujian Hipotesis

a. Pengujian hipotesis 1

Untuk mengetahui apakah *stakeholder power* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut.

H1 : *Stakeholder power* berpengaruh positif terhadap pengungkapan

Hasil output SPSS menunjukkan nilai probabilitas untuk variabel *stakeholder power* adalah 0,381. Nilai probabilitas tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi penelitian 0,05. Hasil ini mengindikasikan bahwa variabel *stakeholder power* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, sehingga dapat disimpulkan H1 ditolak.

Implikasi kesimpulan tersebut menunjukkan bahwa perusahaan manufaktur yang mengungkapkan *debt equitas ratio* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan CSR.

b. Pengujian Hipotesis 2

Untuk mengetahui apakah *strategic posture* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR perusahaan manufaktur, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut.

H2: *Strategic posture* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR perusahaan manufaktur.

Hasil output SPSS menunjukkan nilai probabilitas untuk variabel *strategic posture* adalah 0,499. Nilai probabilitas tersebut lebih tinggi dari tingkat signifikansi penelitian ini 0,05. Hasil ini mengindikasikan bahwa variabel *strategic posture* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan perusahaan manufaktur, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 ditolak.

Implikasi kesimpulan tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh positif *strategic posture* terhadap pengungkapan CSR perusahaan manufaktur.

c. Pengujian Hipotesis 3

Untuk mengetahui apakah kinerja ekonomi berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR perusahaan manufaktur maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut.

H3: Kinerja ekonomi berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR perusahaan manufaktur.

Hasil output SPSS menunjukkan nilai probabilitas untuk variabel kinerja ekonomi adalah 0,010. Nilai probabilitas tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi penelitian 0,05. Hasil ini mengindikasikan bahwa variabel kinerja ekonomi berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR perusahaan manufaktur, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima. Implikasi kesimpulan tersebut menunjukkan bahwa kinerja ekonomi berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur.

Mengacu pada hasil pengujian hipotesis 3, perusahaan manufaktur yang memiliki kinerja ekonomi yang baik menunjukkan bahwa perusahaan manufaktur memiliki jumlah pengungkapan CSR yang besar. Hal ini dikarenakan sebuah aktivitas CSR harus didukung dengan kinerja ekonomi yang baik dari manajemen perusahaan, karena sebuah aktivitas CSR memerlukan dana yang tidak sedikit, sehingga peran seorang manajemen perusahaan sangat penting di sini. Berdasarkan kesimpulan di atas maka diharapkan perusahaan manufaktur untuk memiliki kinerja ekonomi yang baik.

Berdasarkan hasil hipotesis 1, untuk variabel *stakeholder power* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, hal ini dikarenakan *stakeholder* kurang memiliki pengaruh terhadap perusahaan, dan kurang pedulinya *stakeholder* terhadap aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Aktivitas CSR sejauh ini memang menjadi wewenang manajemen perusahaan,

sehingga hal ini menyebabkan *stakeholder* kurang memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Hasil hipotesis 2 menunjukkan variabel *strategic posture* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, hal ini dikarenakan sebuah perusahaan dalam memberikan sumbangan kepada yayasan berdasarkan laba yang diperoleh, apabila laba yang diperoleh besar maka kemungkinan memberikan bantuan kepada sebuah yayasan juga besar, begitu pula sebaliknya apabila laba yang diperoleh kecil maka hal ini juga mempengaruhi bantuan yang akan diberikan kepada yayasan tersebut.

Sedangkan hasil hipotesis 3 menunjukkan variabel kinerja ekonomi berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, hal ini dikarenakan sebuah aktivitas CSR harus didukung dengan kinerja ekonomi yang baik dari manajemen perusahaan, karena sebuah aktivitas CSR memerlukan dana yang tidak sedikit, sehingga peran seorang manajemen perusahaan sangat penting di sini. Berdasarkan kesimpulan di atas maka diharapkan perusahaan manufaktur untuk memiliki kinerja ekonomi yang baik supaya bisa melakukan aktivitas CSR dengan rutin setiap tahunnya sehingga hal ini membawa dampak yang positif kepada masyarakat, terutama yang tinggal di sekitar perusahaan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini, disimpulkan sebagai berikut.

1. Berdasarkan jumlah populasi sebesar 126 perusahaan manufaktur di Indonesia sebanyak 79 perusahaan manufaktur (62,7%) telah mengungkapkan aktivitas CSR. Hal ini menunjukkan sebagian besar perusahaan manufaktur telah mengungkapkan aktivitas CSR. Pada

laporan tahunan perusahaan manufaktur tahun 2011-2012 terdapat pengungkapan CSR yang dilaporkan sebanyak 844 kalimat dengan rincian 560 kalimat pengungkapan pada tahun 2011, dan 284 kalimat pengungkapan pada tahun 2012.

2. Bentuk pengungkapan aktivitas CSR yang paling banyak dilakukan oleh PT. HM Sampoerna.
3. Kinerja Ekonomi berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur tahun 2011-2012.
4. *Stakeholder power* dan *strategic posture* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur tahun 2011-2012.

Saran

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur di Indonesia sudah baik. Mengingat bahwa pengungkapan CSR telah banyak dilakukan serta dapat meningkatkan akuntabilitas dan *good news* perusahaan manufaktur, maka dari hasil penelitian ini diharapkan pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur dapat dipertimbangkan menjadi *mandatory disclosure*.

Daftar Pustaka

- Chariri, Anis. 2007. Kritik Sosial Atas Pemakaian Teori Dalam Penelitian Pengungkapan Sosial dan Lingkungan. Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro.
- Crowther, David. 2008. The Maturing of CSR: A Developmental Process. Research Comparison to CSR. (PP: 19-30).
- Freeman, R. E. 1984. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Massachusetts: Pitman Publishing Inc.

- Freeman, R.E. dan J. McVea. 2001. *A Stakeholder Approach to Strategic Management*. Working Paper. No. 01-02.
- Ghazali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali dan Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Lucyanda, Jurica dan Lady Gracia Prilia Siagian. 2012. *The Influence of Company Characteristics Toward Corporate Social Responsibility Disclosure*. The 2012 International Conference on Business and Management.
- Roberts, Robin W. 1992. *Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure: An Application of Stakeholder Theory*. Accounting, Organizations and Society. Vol. 17. No. 6. PP. 595-612.
- Sari, Rizkia Anggita. 2012. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Nominal*, (1), h: 124-140.
- Sitepu, A.C. dan Hasan. 2009. *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial Dalam Laporan Tahunan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta*. Journal of Accounting. 10-39.
- Ullmann, Arie A. 1985. *Data In Search Oo a Theory: A Critical Examination Relationship Among Social Performance, Social Disclosure, and Economic Performance of U.S. Firms*. The Academy of Management Review. Vol. 10. No. 3. 540-557.