



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan perusahaan manufaktur yang sangat pesat menciptakan persaingan usaha yang semakin ketat di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan jumlah perusahaan manufaktur di Indonesia yang signifikan selama empat tahun terakhir. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), terjadi peningkatan hingga sebesar 349 perusahaan manufaktur di Indonesia pada tahun 2013 seperti yang diuraikan dalam tabel 1.1. Seiring dengan peningkatan jumlah perusahaan industri di Indonesia, perusahaan manufaktur yang mendaftarkan diri di Bursa Efek Indonesia juga semakin bertambah selama empat tahun terakhir. Pada tahun 2010 terdapat 128 perusahaan manufaktur terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan meningkat menjadi 130 perusahaan pada tahun 2011. Sedangkan pada tahun 2012 perusahaan manufaktur yang *go public* meningkat menjadi 132 perusahaan dan 136 perusahaan pada tahun 2013 (Sumber: [www.sahamok.com](http://www.sahamok.com)).

**Tabel 1.1**  
Jumlah Perusahaan Industri Besar dan Sedang pada 2010 s.d. 2013

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah perusahaan industri besar dan sedang</b>
<b>2010</b>	23.345
<b>2011</b>	23.370
<b>2012</b>	23.592
<b>2013</b>	23.941*

(Sumber: [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id))

\*angka sementara

Selain itu, tingginya tingkat konsumsi domestik yang ditandai dari peningkatan pengeluaran rata-rata per kapita seperti pada tabel 1.2 disertai inflasi, mengakibatkan perusahaan manufaktur yang bergerak dalam sektor barang konsumsi (*consumer goods*) bertumbuh dan berkembang dengan cepat guna memaksimalkan laba perusahaan melalui penjualan produk serta mendapatkan kepercayaan investor. Hal tersebut dapat memicu terjadinya peningkatan persaingan antar perusahaan. Berikut adalah tabel pengeluaran rata-rata per kapita sebulan menurut kelompok barang pada tahun 2009 s.d. 2012.

**Tabel 1.2**  
Pengeluaran Rata-Rata per Kapita Sebulan Menurut Kelompok Barang (Rupiah)  
pada 2009 s.d. 2012

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah pengeluaran rata-rata sebulan</b>
<b>2009</b>	430.065
<b>2010</b>	494.845
<b>2011</b>	593.664
<b>2012</b>	633.269

(Sumber: [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id))

Persaingan dalam dunia industri tersebut menuntut perusahaan agar lebih kompetitif di pasar. Selain menciptakan produk yang berkualitas tinggi bagi konsumen, perusahaan juga memerlukan ekspansi atau perkembangan usaha supaya dapat beroperasi menjadi lebih efisien, meningkatkan laba perusahaan, dan menjadi lebih kompetitif di pasar. Dalam melakukan ekspansi pasar, perusahaan membutuhkan dana yang sangat besar. Perusahaan dapat memperoleh dana tersebut dari sumber pendanaan internal dan eksternal. Sumber pembiayaan internal (*internal financing*) dapat diperoleh perusahaan salah satunya dari laba

yang diperoleh atas penjualan produk. Sedangkan sumber pendanaan eksternal (*external financing*) dapat diperoleh perusahaan salah satunya dari pendanaan oleh investor. Oleh karena itu, selain memerhatikan aspek finansial, perusahaan juga perlu memerhatikan aspek non finansial dalam bisnisnya supaya dapat menarik investor dan konsumen. yang salah satunya dengan melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*).

Komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pembangunan bangsa dengan memerhatikan aspek finansial, sosial, dan lingkungan juga menjadi isu utama dari konsep *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Menurut Coombs dan Holladay (2012), *CSR* adalah tindakan sukarela yang dilakukan perusahaan untuk mencapai misi dan memenuhi kewajibannya kepada *stakeholders*, termasuk karyawan, komunitas, lingkungan, dan masyarakat secara keseluruhan. Definisi ini sangat erat dengan konsep "*triple bottom line*". Menurut Priantana dan Yustian (2011), perusahaan tidak hanya dihadapkan pada tanggung jawab untuk mencari keuntungan atau laba semata (*bottom line*), tetapi perusahaan dihadapkan pada konsep *triple bottom line*, yaitu aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Konsep ini dikemukakan oleh John Elkington yang mengatakan bahwa kondisi keuangan tidak cukup menjamin keberlanjutan (*sustainable*) sebuah perusahaan, melainkan juga harus memerhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup.

Peraturan tentang *CSR* telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) dan Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal (PM). Dalam Undang-Undang tentang PT pasal 74 disebutkan bahwa setiap perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya

dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Bahkan Undang-Undang tentang PM pasal 34 ayat 1 menyatakan bahwa badan usaha atau usaha perseorangan yang tidak memenuhi tanggung jawab sosial akan dikenai sanksi administratif berupa: (1) peringatan tertulis, (2) pembatasan kegiatan usaha, (3) pembekuan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal, (4) pencabutan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal. Pemberlakuan undang-undang tersebut mendorong perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial pada lingkungan dan masyarakat.

Investasi atau penanaman modal merupakan kegiatan yang mengandung ketidakpastian serta risiko yang tinggi. Investor akan sangat berhati-hati dalam melakukan penanaman modal di suatu perusahaan sehingga mereka akan mencari informasi yang seluas-luasnya mengenai kinerja dan kelangsungan hidup perusahaan sebelum pengambilan keputusan investasi. Selain investor, pihak-pihak lain yang berkepentingan diantaranya seperti kreditor dan *customer* juga membutuhkan informasi tersebut sebagai dasar pengambilan keputusan. Sumber informasi tersebut dapat diperoleh dalam laporan tahunan perusahaan. Laporan tahunan perusahaan merupakan media yang digunakan perusahaan untuk memberikan berbagai informasi kepada pihak luar. Salah satu informasi yang diterbitkan dalam laporan tahunan adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility Disclosure*). Selain pada laporan tahunan perusahaan, *Corporate Social Responsibility* juga diungkapkan dalam *Sustainability Reporting*. Menurut Terzaghi (2012), *Sustainability Reporting*

adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*).

Menurut Mathews (1995) dalam Sudana dan Arlindania (2011), pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting* merupakan proses mengkomunikasikan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Berdasarkan Peraturan Bapepam Nomor 431/BL/2012 mengharuskan bagi perusahaan-perusahaan yang mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk mengungkapkan uraian mengenai tanggung jawab sosial perusahaan yang meliputi kebijakan, jenis program, dan biaya yang dikeluarkan, antara lain terkait aspek lingkungan hidup, praktik ketenagakerjaan, kesehatan, dan keselamatan kerja, pengembangan sosial dan kemasyarakatan, serta tanggung jawab produk.

Pada penelitian ini, *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR)* diukur dengan menggunakan indikator dari *Global Reporting Initiative (GRI)*. Pedoman laporan *GRI* terbaru adalah *Global Reporting Index (GRI) G3.1* yang disusun berdasarkan enam kategori yang perlu diungkapkan oleh perusahaan-perusahaan. Kategori-kategori tersebut meliputi kategori ekonomi, lingkungan, sosial berupa praktek tenaga kerja dan pekerjaan layak, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggung jawab produk (Safitri, 2013).

Mengingat pentingnya *CSR*, maka pada penelitian ini menggunakan variabel independen yaitu ukuran perusahaan, umur perusahaan, serta ukuran dewan komisaris, dewan komisaris independen, komite audit, kepemilikan institusional, dan kepemilikan manajerial sebagai proksi dari karakteristik *Good Corporate Governance (GCG)* untuk diteliti pengaruhnya terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR D)*. Ukuran perusahaan (*size*) merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan (Sari, 2012). Dalam penelitian ini, penentuan ukuran perusahaan ini didasarkan kepada *total asset* yang dimiliki perusahaan.

Perusahaan dengan *total asset* yang besar memiliki aktivitas operasi yang lebih besar. Hal ini dapat tercermin dari besarnya lokasi dan ukuran lahan yang dimiliki perusahaan, penggunaan material atau bahan baku dan energi yang besar, serta banyaknya jumlah tenaga kerja yang digunakan sehingga dapat menimbulkan dampak bagi masyarakat serta lingkungan. Dampak tersebut dapat dilihat dari besarnya dampak operasi terhadap masyarakat lokal, besarnya emisi, limbah, kontaminasi terhadap lingkungan atau keanekaragaman hayati. Semakin besar total aset yang dimiliki perusahaan, maka semakin banyak item-item *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan sehingga memungkinkan perusahaan untuk mengungkapkan *CSR* secara lebih luas pada laporan tahunan atau *sustainability report* perusahaan.

Penelitian Dewi dan Keni (2013) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian Santioso dan Chandra (2012) juga menunjukkan

bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Selain ukuran perusahaan, variabel yang akan diteliti pengaruhnya terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSRD)* adalah umur perusahaan. Umur perusahaan merupakan lamanya perusahaan terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Umur perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan tetap eksis dan mampu bersaing (Sudaryono, 2007 dalam Dewi dan Keni, 2013). Menurut Untari (2010) dalam Dewi dan Keni (2013), umur perusahaan dapat menunjukkan kemampuan dalam mengatasi kesulitan dan hambatan yang dapat mengancam kehidupan perusahaan serta menunjukkan kemampuan perusahaan mengambil kesempatan dalam lingkungannya untuk mengembangkan usaha.

Semakin lama umur perusahaan membuktikan bahwa perusahaan lebih berpengalaman dalam menanggulangi permasalahan yang terjadi dalam bisnisnya misalnya dalam kasus penanggulangan limbah, diskriminasi, pelanggaran hak penduduk asli, hak asasi manusia, atau korupsi. Selain itu, lamanya umur perusahaan juga menandakan bahwa perusahaan telah membangun jaringan yang luas seperti pemasok, kontraktor, serta partner bisnis lainnya. Dengan demikian, semakin lama umur perusahaan maka perusahaan akan semakin banyak melakukan kegiatan yang berhubungan dengan item-item *CSR* sehingga akan cenderung lebih luas dalam mengungkapkan informasi pengungkapan tersebut pada laporan tahunan atau *sustainability report* perusahaan.

Hasil penelitian Untari (2010) dalam Santioso dan Chandra (2012) menyimpulkan bahwa umur perusahaan berpengaruh terhadap tanggung jawab



sosial. Sedangkan hasil penelitian Dewi dan Keni (2013) menyimpulkan bahwa umur perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Selain ukuran dan umur perusahaan, penelitian ini juga akan menguji pengaruh karakteristik *Good Corporate Governance (GCG)* terhadap tingkat pengungkapan *CSR*. Menurut Effendi (2009), *Good Corporate Governance (GCG)* adalah seperangkat sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan untuk menciptakan nilai tambah (*value added*) bagi para pemangku kepentingan. Karakteristik *GCG* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah ukuran dewan komisaris, dewan komisaris independen, komite audit, kepemilikan institusional, dan kepemilikan manajerial.

Dewan komisaris merupakan wakil *shareholder* dalam entitas bisnis yang berbadan hukum Perseroan Terbatas (PT) yang berfungsi mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen (direksi), dan bertanggung jawab untuk menentukan apakah manajemen memenuhi tanggung jawab mereka dalam mengembangkan dan menyelenggarakan pengendalian *intern* perusahaan (Mulyadi, 2002 dalam Nur dan Priantinah, 2012). Fungsi lainnya, memastikan bahwa perusahaan telah berjalan pada jalur yang benar dengan cara yang efisien dan efektif dan menghindari seminimal mungkin risiko, sesuai kepentingan semua *stakeholders* serta memastikan diterapkannya *GCG* (Daniri, 2014).

Dewan komisaris bertugas untuk melakukan pengawasan terhadap pengelolaan manajemen perusahaan dan memberikan nasihat kepada manajemen

(dewan direksi). Tanggung jawab dewan komisaris diantaranya adalah memastikan pengelolaan perusahaan bebas dari segala pelanggaran terhadap pedoman perilaku, peraturan perusahaan, dan peraturan perundang-undangan serta melindungi kepentingan *stakeholders*. Dalam fungsinya sebagai pengawas, dewan komisaris berkewajiban dalam menyampaikan laporan pertanggungjawaban pengawasan ke Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) sehingga dewan komisaris akan mendorong pihak manajemen perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial. Dengan demikian, perusahaan dituntut untuk lebih transparan dalam melakukan pengungkapan informasi tanggung jawab sosial seluas-luasnya kepada publik.

Hasil penelitian Priantana dan Yustian (2011) menyimpulkan bahwa ukuran dewan komisaris secara individual berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan *CSR*. Sedangkan penelitian Nur dan Priantinah (2012) menyimpulkan bahwa dewan komisaris memiliki pengaruh yang signifikan dan negatif terhadap pengungkapan *CSR*.

Dalam keputusan ketua BAPEPAM-LK Nomor Kep-643/BL/2012 tentang Pembentukan dan Pedoman Pelaksanaan Kerja Komite Audit menyatakan bahwa komisaris independen adalah anggota komisaris (1) bukan merupakan orang yang bekerja atau mempunyai wewenang dan tanggung jawab untuk merencanakan, memimpin, mengendalikan, atau mengawasi kegiatan emiten atau perusahaan publik tersebut dalam waktu 6 (enam) bulan terakhir; (2) tidak mempunyai saham baik langsung maupun tidak langsung pada emiten atau perusahaan publik tersebut; (3) tidak mempunyai hubungan afiliasi dengan emiten atau perusahaan

publik, anggota dewan komisaris, anggota direksi, atau pemegang saham utama emiten atau perusahaan publik tersebut; dan (4) tidak mempunyai hubungan usaha baik langsung maupun tidak langsung yang berkaitan dengan kegiatan usaha emiten atau perusahaan publik tersebut.

Komisaris independen (*independent commissioner*) berfungsi sebagai kekuatan penyeimbang (*conterveiling power*) dalam pengambilan keputusan oleh dewan komisaris (Effendi, 2009). Keberadaan komisaris independen diharapkan dapat bersikap netral terhadap segala kebijakan yang dibuat oleh direksi. Dewan komisaris independen tidak dapat diintervensi oleh pihak manapun dan tidak dapat didominasi oleh pihak lain serta bebas dari benturan kepentingan. Hal itu dikarenakan dewan komisaris independen berasal dari luar emiten, tidak mempunyai saham, hubungan afiliasi, serta hubungan usaha dengan perusahaan. Dewan komisaris independen akan memberikan pengendalian dan pengawasan yang lebih objektif terhadap pengelolaan manajemen perusahaan salah satunya dengan mendorong perusahaan untuk melaksanakan CSR serta lebih transparan dalam melakukan pengungkapan informasi seluas-luasnya di dalam laporan tahunan dan/atau *sustainability report* perusahaan untuk melindungi kepentingan *stakeholders*.

Berdasarkan hasil penelitian Priantana dan Yustian (2011) menunjukkan bahwa komposisi dewan komisaris independen berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Sedangkan Penelitian Sudana dan Arlindania (2011) juga menyimpulkan bahwa komposisi

dewan komisaris independen memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Menurut keputusan ketua BAPEPAM-LK Nomor Kep-643/BL/2012, Komite Audit adalah komite yang dibentuk oleh dan bertanggung jawab kepada Dewan Komisaris dalam membantu melaksanakan tugas dan fungsi Dewan Komisaris. Menurut Alijoyo (2003) dalam Priantana dan Yustian (2011), komite audit merupakan komite yang membantu komisaris atau dewan pengawas dalam memastikan efektivitas sistem pengendalian internal dan efektivitas pelaksanaan tugas auditor eksternal dan internal.

Komite audit dibentuk oleh dewan komisaris untuk membantu dalam fungsi pengawasan. Salah satu tugas komite audit adalah melakukan tinjauan terhadap reliabilitas dan integritas penyajian informasi laporan keuangan perusahaan sehingga laporan keuangan disajikan secara wajar sesuai dengan prinsip akuntansi serta ketentuan yang berlaku. Komite audit akan memastikan bahwa perusahaan telah melakukan pengungkapan informasi terhadap publik secara transparan sehingga mendorong manajemen perusahaan untuk mengungkapkan informasi *Corporate Social Disclosure* seluas-luasnya melalui media laporan tahunan dan/atau *sustainability report*.

Penelitian Sembiring (2005) dalam Natalylova (2013) menunjukkan bahwa adanya hubungan yang positif dan signifikan antara ukuran komite audit dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan hasil penelitian Priantana dan Yustian (2011) menyimpulkan bahwa komite audit secara individual tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *CSR*.

Kepemilikan institusional merupakan kepemilikan saham oleh investor institusional yang dapat dilihat dari proporsi saham yang dimiliki institusi dalam perusahaan (Hanafi, 2003 dalam Priantana dan Yustian, 2011). Investor institusional tersebut seperti pemerintah, perusahaan investasi, bank, perusahaan asuransi, maupun kepemilikan lembaga dan perusahaan lain (Juniarti dan Sentosa, 2009).

Pengungkapan *CSR* adalah salah satu aktivitas perusahaan yang diawasi oleh pemilik saham institusi. Sebagai investor suatu perusahaan, pihak institusi mengharapkan *return* yang tinggi dari investasi sahamnya dalam bentuk dividen. Untuk kepentingan tersebut, investor institusi akan mendorong perusahaan dalam meningkatkan laba perusahaan melalui penjualan produk. Penjualan produk yang tinggi dapat dicapai jika perusahaan dapat meningkatkan kualitas dan pemasaran produk, serta kualitas pelayanan terhadap *customer* sehingga mendorong perusahaan untuk melakukan aktivitas yang memberikan nilai tambah bagi para pemegang saham dan pihak pemangku kepentingan serta bagi perusahaan itu sendiri, yaitu dengan melaksanakan *Corporate Social Responsibility*. Selain itu, tingkat kepemilikan institusional yang tinggi pada suatu perusahaan akan menimbulkan pengawasan atau *monitoring* yang lebih besar dari pihak investor institusional dalam hal keterbukaan informasi. Oleh karena itu, pihak manajemen akan diberi tekanan untuk mengungkapkan informasi *CSR* yang lebih luas dan transparan dalam laporan tahunan dan/atau *sustainability report*.

Hasil penelitian Murwaningsari (2009) menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan *CSR*. Sedangkan hasil

penelitian Priantana dan Yustian (2011) menyimpulkan bahwa kepemilikan institusional secara individual tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Kepemilikan manajerial adalah para pemegang saham yang juga berarti dalam hal ini sebagai pemilik dalam perusahaan dari pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan pada suatu perusahaan yang bersangkutan, yang biasanya dinyatakan sebagai persentase saham perusahaan yang beredar yang dimiliki oleh orang dalam perusahaan yaitu manajer, komisaris, dan direksi (Domash, 2009 dalam Priantana dan Yustian, 2011).

Manajer sebagai pemegang saham akan menyelaraskan kepentingannya sebagai manajer dengan kepentingannya sebagai pemegang saham (*shareholders*) dengan cara pengambilan keputusan yang salah satunya dengan melakukan aktivitas yang akan memberikan nilai tambah bagi perusahaan dan juga *shareholders*. Manajer akan berusaha dalam meningkatkan nilai dan laba bagi perusahaan serta manajer sebagai pemegang saham juga akan mengharapkan *return* yang tinggi dari modal yang ditanamkannya. Salah satu cara yang dilakukan oleh manajer untuk mencapai tujuan tersebut adalah dengan melakukan *Corporate Social Responsibility*. Pemegang saham membutuhkan informasi mengenai kondisi keuangan dan hal-hal lain yang berhubungan dengan aktivitas perusahaan. Hal itu akan membuat manajer yang juga sebagai pemegang saham menjadi lebih transparan dalam melakukan pengungkapan informasi mengenai aktivitas CSR yang lebih luas dalam laporan tahunan dan/atau *sustainability report* perusahaan.

Hasil penelitian Priantana dan Yustian (2011) menyimpulkan bahwa kepemilikan manajerial secara individual berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan penelitian Murwaningsari (2009) menyimpulkan bahwa terdapat hubungan positif antara kepemilikan manajerial dengan tingkat pengungkapan CSR.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Priantana dan Yustian (2011). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini menambahkan dua variabel independen yaitu ukuran perusahaan dan umur perusahaan yang mengacu pada penelitian Dewi dan Keni (2013).
2. Penelitian ini mengambil sampel perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama dua tahun berturut-turut yaitu tahun 2012-2013 sedangkan penelitian Priantana dan Yustian (2011) mengambil sampel perusahaan keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2007 dan 2008.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan, maka judul penelitian ini adalah **“Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, dan Karakteristik *Good Corporate Governance* terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.”**

## **1.2 Batasan Masalah**

Dikarenakan permasalahan yang diungkapkan pada latar belakang penelitian

terlalu kompleks dan luas, maka penulis memberikan batasan-batasan masalah terhadap variabel yang akan diteliti. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah penelitian ini dilakukan terhadap perusahaan-perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama 2 tahun berturut-turut yaitu tahun 2012-2013.

Dari berbagai variabel yang memengaruhi *Corporate Social Responsibility Disclosure* dipilih tujuh variabel untuk diteliti, yaitu ukuran perusahaan, umur perusahaan, serta ukuran dewan komisaris, dewan komisaris independen, komite audit, kepemilikan institusional, dan kepemilikan manajerial yang merupakan proksi dari karakteristik *Good Corporate Governance (GCG)* sebagai variabel independen.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*?
2. Apakah umur perusahaan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*?
3. Apakah karakteristik *Good Corporate Governance* yang diproksikan dengan ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*?



4. Apakah karakteristik *Good Corporate Governance* yang diproksikan dengan dewan komisaris independen berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*?
5. Apakah karakteristik *Good Corporate Governance* yang diproksikan dengan komite audit berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*?
6. Apakah karakteristik *Good Corporate Governance* yang diproksikan dengan kepemilikan institusional berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*?
7. Apakah karakteristik *Good Corporate Governance* yang diproksikan dengan kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*?
8. Apakah ukuran perusahaan, umur perusahaan, serta karakteristik *Good Corporate Governance* yang diproksikan dengan ukuran dewan komisaris, dewan komisaris independen, komite audit, kepemilikan institusional, dan kepemilikan manajerial berpengaruh secara simultan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mendapatkan bukti empiris pengaruh ukuran perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

2. Untuk mendapatkan bukti empiris pengaruh umur perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.
3. Untuk mendapatkan bukti empiris pengaruh karakteristik *Good Corporate Governance* yang diproksikan dengan ukuran dewan komisaris terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.
4. Untuk mendapatkan bukti empiris pengaruh karakteristik *Good Corporate Governance* yang diproksikan dengan dewan komisaris independen terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.
5. Untuk mendapatkan bukti empiris pengaruh karakteristik *Good Corporate Governance* yang diproksikan dengan komite audit terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.
6. Untuk mendapatkan bukti empiris pengaruh karakteristik *Good Corporate Governance* yang diproksikan dengan kepemilikan institusional terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.
7. Untuk mendapatkan bukti empiris pengaruh karakteristik *Good Corporate Governance* yang diproksikan dengan kepemilikan manajerial terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.
8. Untuk mendapatkan bukti empiris pengaruh ukuran perusahaan, umur perusahaan, serta karakteristik *Good Corporate Governance* yang diproksikan dengan ukuran dewan komisaris, dewan komisaris independen, komite audit, kepemilikan institusional, dan kepemilikan manajerial secara simultan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak, yaitu:

1. Investor

Penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai pengaruh ukuran perusahaan, umur perusahaan, serta karakteristik *Good Corporate Governance* yang diproksikan dengan ukuran dewan komisaris, dewan komisaris independen, komite audit, kepemilikan institusional, dan kepemilikan manajerial terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan gambaran kepada investor dalam mengambil keputusan dan menilai perusahaan.

2. Perusahaan

Bagi perusahaan manufaktur dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa memberikan tambahan pengetahuan tentang pentingnya perusahaan untuk melakukan dan mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility (CSR)* sehingga *stakeholders* mendapatkan informasi yang lebih banyak mengenai perusahaan.

3. Mahasiswa atau akademisi

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi gambaran tentang faktor-faktor yang dapat memengaruhi perusahaan untuk melakukan dan mengungkapkan tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada laporan tahunan. Selain itu, penelitian ini diharapkan bisa memberikan referensi untuk penelitian selanjutnya.

#### 4. Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan peneliti mengenai masalah yang diteliti yaitu pengaruh ukuran perusahaan, umur perusahaan, ukuran dewan komisaris, dewan komisaris independen, komite audit, kepemilikan institusional, dan kepemilikan manajerial terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*, sehingga dapat memperoleh gambaran mengenai kesesuaian teori dan aplikasi di lapangan.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Agar memperoleh gambaran yang cukup jelas mengenai apa yang akan dibahas dalam penelitian ini, maka disusunlah sistematika penulisan sebagai berikut.

#### BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

#### BAB II : TELAAH LITERATUR

Bab ini berisi uraian teori-teori terkait dengan masalah yang diteliti, literatur dari penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis dijadikan landasan untuk penelitian ini serta memuat tentang penjelasan dan pembahasan secara rinci terkait dengan teori *Corporate Social Responsibility (CSR)*, dan faktor-faktor ukuran perusahaan, umur perusahaan, ukuran dewan komisaris,

dewan komisaris independen, komite audit, kepemilikan institusional, dan kepemilikan manajerial dari berbagai literatur beserta perumusan (pengembangan) hipotesis yang akan diuji.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini terdiri atas gambaran umum objek penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengambilan sampel, penjabaran mengenai variabel penelitian, metode pengumpulan data, dan teknik analisis yang digunakan untuk pengujian hipotesis.

### **BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang deskripsi penelitian berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan, pengujian, dan analisis hipotesis, serta pembahasan hasil penelitian.

### **BAB V : SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi simpulan, keterbatasan, dan saran berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan.

UMMN