

TESIS

***Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial
Perusahaan Studi kasus perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI Periode
tahun 2009 - 2010***



DIAJUKAN OLEH :

RIZKA ADRIYANI

**PASCASARJANA MAGISTER AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS HASANUDDIN
2012**

***Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial
Perusahaan Studi kasus perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEJ
(periode tahun 2009 – 2010***

Disusun dan diajukan oleh:

RIZKA ADRIYANI

Nomor Pokok P340020815

Menyetujui

Komisi Penasehat,

Pembimbing I

Pembimbing II

**(Prof.Dr.Gagaring Pagalung,SE., MS., Ak)
Taba,SE,M.Si.)**

(Dr.Muh.Idrus

Ketua Jurusan Pascasarjana Magister Akuntansi

(Prof.Dr.Gagaring Pagalung,SE., MS., Ak)

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan Pembimbing	ii
Halaman Pengesahan Penguji	iii
Kata Penagantar	iv
<i>Abstrak</i>	v
Daftar Isi	vi
Daftar Gambar	vii
Daftar Tabel	viii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Masalah Pokok	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	13
B. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	14
C. Kinerja Keuangan	31
D. Penelitian Terdahulu	43
E. Kerangka Pemikiran	47
F. Hipotesis	50

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian	57
B. Jenis dan Sumber Data	57
C. Populasi dan Sampel	58
D. Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional	59
E. Teknik Analisis	62

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Data Penelitian	68
B. Pengujian Hipotesis	80
C. Pembahasan	85

BAB V. PENUTUP

A. Kesimpulan	89
B. Saran	90

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Perolehan Sampel Penelitian	68
Tabel 4.2 Hasil Analisis Deskriptif data Perusahaan	69
Tabel 4.3 Deskripsi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial	71
Tabel 4.4 Komposisi Perusahaan Berdasarkan Size	72
Tabel 4.5 Komposisi Perusahaan Berdasarkan ROA	73
Tabel 4.6 Komposisi Perusahaan Berdasarkan Leverage	74
Tabel 4.7 Komposisi Perusahaan Berdasarkan Profitabilitas	75
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas	78
Tabel 4.9 Hasil Regresi Berganda	80
Tabel 4.10 Hasil Uji F (Uji Simultan)	81
Tabel 4.11 Hasil Uji Parsial	82
Tabel 4.12 Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi	84

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikira	50
Gambar 4.2 Data Asli Perusahaan Manufaktur	76
Gambar 4.3 Hasil Uji Glejser	79

ABSTRAK

Penelitian ini bermaksud menguji pengaruh profitabilitas dan kesempatan investasi terhadap kebijakan dividen tunai dengan menggunakan likuiditas sebagai variabel moderator. Profitabilitas diukur dengan *return on investment* (ROI), kesempatan investasi diproksikan oleh *market to book value of asset* (MVABVA) dan likuiditas sebagai variabel moderator diproksikan oleh *current ratio* (CR). Populasi penelitian ini adalah seluruh perusahaan di Indonesia yang *listing* di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan membagikan dividen pada tahun 2007-2009. Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial kedua variabel independen tersebut mempengaruhi kebijakan dividen tunai. Sedangkan, pengujian secara simultan dengan likuiditas sebagai variabel moderator diperoleh hasil bahwa variabel tersebut tidak mempengaruhi kebijakan dividen tunai perusahaan.

Kata kunci: dividen, profitabilitas, kesempatan investasi, likuiditas.

ABSTRACT

The objective of this research is to study the influence of profitability and investment opportunity as independent variable and liquidity as moderating variable toward cash dividend policy. Profitability measured by return on investment (ROI), investment opportunity measured by market to book value of asset (MVABVA) and liquidity measured by current ratio (CR). Research object are companies that delisting in Bursa Efek Indonesia that paid dividend from period 2007 until 2009. The result reveal that both of two independent variable partialy have significant influence toward cash dividend policy, while simultaneously with moderated variable have no influence.

Keyword: dividend, profitability, investment opportunity, liquidity

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Program CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan isi pasal 74 Undang-undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, tanggung jawab sosial, dan lingkungan yang berlaku bagi perseroan yang mengelola/memiliki dampak terhadap sumber daya alam dan tidak dibatasi kontribusinya serta dimuat dalam laporan keuangan. Peraturan lain yang menyinggung CSR adalah UU no. 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Dalam UU tersebut dinyatakan bahwa setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan.

Perlu diingat bahwa pembangunan suatu negara bukan hanya tanggung jawab pemerintah dan industri saja, tetapi setiap insan manusia berperan untuk mewujudkan kesejahteraan sosial dan pengelolaan kualitas hidup masyarakat. Industri dan korporasi berperan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang sehat dengan mempertimbangkan pula faktor lingkungan hidup. Kini dunia usaha tidak lagi hanya memperhatikan catatan keuangan perusahaan semata (*single bottom line*), melainkan sudah meliputi aspek keuangan, sosial, dan lingkungan yang biasa disebut sinergi tiga elemen (*Triple bottom line*) yang merupakan kunci dari konsep pembangunan berkelanjutan.

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan telah dikenal sejak awal tahun 1970, yang secara umum diartikan sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan

hukum, penghargaan masyarakat, lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan (*Corporate Social Responsibility*), dalam hal ini CSR tidak hanya merupakan kegiatan kreatif perusahaan dan tidak terbatas hanya pada pemenuhan aturan hukum semata.

Banyak kalangan, khususnya buruh, tidak mempercayai bahwa perusahaan tidak sungguh-sungguh dalam menerapkan CSR. Mereka beranggapan bahwa sebuah institusi yang hanya mengejar keuntungan semata tidak mungkin mempunyai maksud dan tujuan mulia untuk memberdayakan masyarakat, menghormati hak-hak buruhnya serta tidak merusak lingkungan.

CSR tidak memberikan hasil pelaporan keuangan dalam jangka pendek. Namun CSR akan memberikan dampak, baik langsung maupun tidak langsung pada keuangan perusahaan di masa yang akan datang. Investor juga ingin investasinya dan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaannya memiliki citra yang baik di mata masyarakat. Dengan demikian, apabila perusahaan melakukan program-program CSR secara berkelanjutan, maka perusahaan akan dapat berjalan dengan baik. Oleh karena itu, program CSR lebih tepat apabila digolongkan sebagai investasi dan harus menjadi strategi bisnis dari suatu perusahaan (Siregar, 2007:285).

Istilah CSR pertama kali ada dalam tulisan *Social Responsibility of the Businessman* tahun 1953. Konsep yang digagas Howard Rothmann Brown ini menjawab keresahan dunia bisnis. Howard Rothmann Brown mengungkapkan bahwa keberadaan CSR bukan karena diwajibkan oleh pemerintah atau penguasa, melainkan merupakan komitmen yang lahir dalam konteks etika bisnis (*beyond legal aspects*) agar sejahtera bersama masyarakat berdasarkan prinsip keadilan sesuai nilai dan kebutuhan masyarakat. Belakangan CSR

segera diadopsi, karena bisa jadi penawar kesan buruk perusahaan yang terlanjur dalam pikiran masyarakat dan lebih dari itu pengusaha di cap sebagai pemburu uang yang tidak peduli pada dampak kemiskinan dan kerusakan lingkungan (Hermawan, 2008:1).

Dalam proses perjalanan CSR banyak masalah yang dihadapinya, di antaranya adalah :

1. Program CSR belum tersosialisasikan dengan baik di masyarakat.
2. Masih terjadi perbedaan pandangan antara departemen hukum dan HAM dengan departemen perindustrian mengenai CSR dikalangan perusahaan dan Industri.
3. Belum adanya aturan yang jelas dalam pelaksanaan CSR dikalangan perusahaan.

Bila dianalisis permasalahan di atas yang menyangkut belum tersosialisasikannya dengan baik program CSR di kalangan masyarakat. Hal ini menyebabkan program CSR belum bergulir sebagaimana mestinya, mengingat masyarakat belum mengerti apa itu program CSR. Apa saja yang dapat dilakukannya? Bagaimana dapat berkolaborasi dengan prosedur perusahaan.

Timbulnya masalah tersebut maka akuntansi pun mengalami perkembangan pesat dengan hadirnya revolusi industri. Pelaporan akuntansi digunakan sebagai alat pertanggungjawaban kepada pemilik modal sehingga mengakibatkan orientasi perusahaan lebih berpihak kepada pemilik modal. Berpihaknya perusahaan kepada pemilik modal mengakibatkan perusahaan melakukan eksploitasi sumber-sumber alam dan masyarakat sosial secara tidak terkendali sehingga mengakibatkan kerusakan lingkungan alam dan pada akhirnya mengganggu kehidupan manusia. Para pemilik modal, yang hanya

berorientasi pada laba material, telah merusak keseimbangan kehidupan dengan cara menstimulasi pengembangan potensi ekonomi yang dimiliki manusia secara berlebihan yang tidak memberi kontribusi bagi peningkatan kemakmuran mereka tetapi justru menjadikan mereka mengalami penurunan kondisi sosial [Galtung & Kada (1995) dan Rich (1996) dalam Anggraini (2006)].

Pada saat banyak perusahaan semakin besar dan semakin kaya pada saat itu pula semakin banyak orang miskin dan semakin rusak lingkungan sekitarnya. Karena itu, muncul pula kesadaran untuk mengurangi dampak negatif ini. Konsumen menyuarakan keinginan mereka untuk perdagangan yang etis dan bertanggung jawab sosial, dan menggunakan daya beli mereka untuk mendorong perubahan dan menuntut keterbukaan dan keadilan. Beberapa lembaga berusaha mencari cara baru untuk melibatkan perusahaan dalam berbagai prakarsa pembangunan dan juga menuntut adanya *standard* yang diwajibkan bagi tanggung jawab dan akuntabilitas perusahaan.

Dalam upaya meningkatkan daya saing melalui peningkatan transparansi dan akuntabilitas, Ikatan Akuntan Indonesia Kompartemen Akuntan Manajemen sejak tahun 2005 mengadakan *Indonesia Sustainability Reporting Award (ISRA)*. ISRA adalah penghargaan yang diberikan kepada perusahaan-perusahaan yang telah membuat pelaporan atas kegiatan yang menyangkut aspek lingkungan dan sosial disamping aspek ekonomi untuk memelihara keberlanjutan (*sustainability*) perusahaan itu sendiri, baik yang diterbitkan secara terpisah maupun terintegrasi dalam laporan tahunan (*annual report*).

Dalam pengambilan keputusan investasi, investor seringkali melihat besar kecilnya perusahaan dan melakukan penilaian terhadap kinerja keuangan perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan (*size*) perusahaan merupakan

variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Di samping itu perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan (Sembiring, 2005). Perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang berukuran lebih kecil.

Penilaian terhadap kinerja keuangan antara lain dapat dilihat dari kemampuan perusahaan menghasilkan laba (profit) juga dari leverage perusahaan. Ang (1997) dalam Wahidahwati (2002) mengungkapkan bahwa rasio profitabilitas atau rasio rentabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Keuntungan yang layak dibagikan kepada pemegang saham adalah keuntungan setelah bunga dan pajak. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya. Para manajer tidak hanya mendapatkan dividen, tapi juga akan memperoleh *power* yang lebih besar dalam menentukan kebijakan perusahaan. Dengan demikian semakin besar dividen (*dividend payout*) akan semakin menghemat biaya modal, di sisi lain para manajer (*insider*) menjadi meningkat *power*nya bahkan bisa meningkatkan kepemilikannya akibat penerimaan dividen sebagai hasil keuntungan yang tinggi. Jadi, profitabilitas menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya.

Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* tinggi berarti sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* lebih rendah lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri. Tingkat *leverage* perusahaan, dengan demikian menggambarkan risiko keuangan perusahaan. Teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi (Jensen & Meckling, 1976). Tambahan informasi diperlukan untuk menghilangkan keraguan pemegang obligasi terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur (Schipper, 1981 dalam Marwata, 2001 dan Meek, et al, 1995 dalam Fitriany, 2001).

Penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial di Indonesia memunculkan hasil yang beragam dan menarik untuk dikaji lebih dalam. Belkaovi dan Karpik (1989) menunjukkan hasil bahwa variabel *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sembiring (2003) dalam penelitiannya menunjukkan hasil yang berbeda. Variabel *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hasibuan (2001) menunjukkan hasil bahwa variabel *size* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hasil penelitian Gray et al (2001) dan Sembiring (2003) menunjukkan bahwa *size* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Robert (1992) dan Davey (1982) dalam penelitiannya menunjukkan hasil yang berbeda dimana *size* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu menunjukkan bahwa terdapat perbedaan hubungan profit terhadap pengungkapan CSR.

Gray et al (2001) menyatakan bahwa profit berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Bertentangan dengan itu, Patten (1991), Hackston and Milne (1996), Sembiring (2003) menyatakan bahwa profit tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Dari fenomena-fenomena yang terjadi dan dari hasil penelitian terdahulu terdapat beberapa variabel yang berpengaruh terhadap pengungkapan CSR masih menunjukkan hasil yang berbeda, bahkan bertentangan dengan antara hasil penelitian yang satu dengan yang lainnya.

Berdasarkan beberapa penelitian tersebut, maka penulis ingin mengetahui sejauh mana pengaruh kinerja keuangan, yang diantaranya adalah profitabilitas, ukuran perusahaan, dan tingkat leverage terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*). Maka penulis melakukan penelitian ini dengan judul.

“Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Studi kasus perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode tahun 2009 – 2010 .

B. Masalah Pokok

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut, maka pokok permasalahan penelitian ini adalah

1. Apakah *size* perusahaan manufaktur berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

2. Apakah ROA perusahaan manufaktur berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.
3. Apakah *leverage* perusahaan manufaktur berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.
4. Apakah *Operating Profit Margin* perusahaan manufaktur berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui bahwa *Size* perusahaan manufaktur berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Mengetahui bahwa ROA perusahaan manufaktur berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.
3. Mengetahui bahwa *Leverage* perusahaan manufaktur berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.
4. Mengetahui bahwa *Operating Profit Margin* perusahaan manufaktur berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan tentang pengaruh kinerja keuangan dengan pengungkapan CSR. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi para pembaca khususnya investor, calon investor, dan badan otoritas pasar modal

mengenai relevansi dari pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan perusahaan dengan kinerja keuangan.

1. Kegunaan Praktis

Bagi perusahaan yang diteliti, diharapkan dapat memberikan masukan berupa analisis dan saran sehingga dapat digunakan untuk mengevaluasi, memperbaiki, meningkatkan atau bahkan mempertahankan kesiapan perusahaan dalam melaksanakan *Corporate Social Responsibility*.

Bagi pihak terkait, diharapkan penelitian ini dapat memberikan suatu masukan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan investasi serta dapat memberikan informasi, pemikiran dan menambah pengetahuan bagi pihak-pihak lain yang sengaja berkepentingan dan berminat untuk memahami tentang pelaksanaan *corporate social responsibility*.

2. Kegunaan Operasional / Teoritis

- a. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.
- b. Pengembangan Ilmu Akuntansi Sosial, diharapkan penelitian ini dapat menambah pembendaharaan khasanah ilmu pengetahuan sehingga dapat memajukan ilmu pengetahuan khususnya ilmu ekonomi terutama ilmu akuntansi.
- c. Bagi Penulis, diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai masalah yang dihadapi oleh suatu perusahaan dalam persaingannya, serta menerapkan teori-teori yang telah dipelajari selama dalam masa perkuliahan dan dapat menambah wawasan

sehingga dapat memahami lebih jauh masalah yang ada didunia usaha.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori *Stakeholder*

Teori *Stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007).

Wibisono (dalam Kirana, 2009) mengartikan *stakeholders* sebagai pemangku kepentingan yaitu pihak atau kelompok yang berkepentingan, baik langsung maupun tidak langsung, terhadap eksistensi atau aktivitas perusahaan, dan karenanya kelompok tersebut mempengaruhi dan/ atau dipengaruhi oleh perusahaan. Definisi lain dilontarkan oleh Rhenald Kasali sebagaimana dikutip oleh Wibisono (dalam Kirana, 2009), yang menyatakan bahwa yang dimaksud *stakeholder* adalah setiap kelompok yang berada di dalam maupun di luar perusahaan yang mempunyai peran dalam menentukan keberhasilan perusahaan. Mereka adalah pemasok, pelanggan, pemerintah, masyarakat lokal, investor, karyawan, kelompok politik, asosiasi perdagangan dan lainnya.

Stakeholder pada dasarnya dapat mengendalikan atau memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang digunakan perusahaan. Oleh karena itu *power stakeholder* ditentukan oleh besar

kecilnya power yang dimiliki stakeholder atas sumber tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007). Power tersebut dapat berupa kemampuan untuk membatasi pemakaian sumber ekonomi yang terbatas (modal dan tenaga kerja), akses terhadap media yang berpengaruh, kemampuan untuk mengatur perusahaan, atau kemampuan untuk mempengaruhi konsumsi atas barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan (Deegan, 2000 dalam Ghozali dan Chariri, 2007). Oleh karena itu, “ketika stakeholder mengendalikan sumber ekonomi yang penting bagi perusahaan, maka perusahaan akan bereaksi dengan cara yang memuaskan keinginan stakeholder” (Ullman 1982, dalam Ghozali dan Chariri, 2007).

B. Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan

Pengungkapan secara sederhana didefinisikan sebagai penyampaian informasi (*the release of information*). Tujuan pengungkapan menurut *Securities Exchange Commission* (SEC) dikategorikan menjadi dua, yaitu: 1) *protective disclosure*, dimaksudkan sebagai upaya perlindungan terhadap investor, dan 2) *informative disclosure*, bertujuan untuk memberikan informasi layak kepada pengguna laporan (Utomo, 2000).

Belkaoui (2000) mengemukakan tujuan pengungkapan ada enam, yaitu:

1. Menjelaskan item-item yang diakui dan untuk menyediakan ukuran yang relevan bagi item-item tersebut, selain ukuran dalam laporan keuangan.
2. Menjelaskan item-item yang belum diakui dan untuk menyediakan ukuran yang bermanfaat bagi item-item tersebut.

3. Menyediakan informasi yang membantu investor dan kreditor dalam menentukan risiko dan item-item yang potensial untuk diakui dan yang belum diakui.
4. Menyediakan informasi yang penting yang dapat digunakan oleh pengguna laporan keuangan untuk membandingkan antarperusahaan dan antar tahun.
5. Menyediakan informasi mengenai aliran kas masuk dan kas keluar di masa mendatang.
6. Membantu investor dalam menetapkan return dan investasinya.

Banyaknya informasi yang harus diungkapkan tidak hanya bergantung pada pembaca, tetapi juga sesuai dengan standar yang ada (Hendriksen, 2002). Tiga konsep pengungkapan yang umum diusulkan adalah:

1. Pengungkapan yang cukup (*adequate*), yaitu pengungkapan minimum yang disyaratkan oleh peraturan yang berlaku dimana angka-angka yang disajikan dapat diinterpretasikan dengan benar oleh investor.
2. Pengungkapan wajar (*fair*) yang secara tidak langsung merupakan tujuan etis agar memberikan perlakuan yang sama kepada semua pemakai laporan dengan menyediakan informasi yang layak terhadap pembaca potensial.
3. Pengungkapan lengkap (*full*) menyangkut kelengkapan penyajian informasi yang diungkapkan dengan relevan dan memberi kesan penyajian yang melimpah.

Konsep pengungkapan yang cukup (*adequate disclosure*) merupakan konsep pengungkapan yang paling umum digunakan dari ketiga konsep lainnya (Ghozali dan Chariri, 2007).

Laporan keuangan menjadi suatu mekanisme yang penting karena merupakan alat komunikasi bagi manajer dengan pihak lain di luar perusahaan di luar perusahaan seperti investor, kreditur dan pengguna informasi lainnya. Menurut Standar Akuntansi Keuangan (SAK), tujuan laporan keuangan yaitu menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja, serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pemakai dalam pengambilan keputusan ekonomi.

Pengungkapan ada yang bersifat wajib (*mandatory*) dan ada yang bersifat sukarela (*voluntary*). Mandatory yaitu pengungkapan informasi wajib dilakukan oleh perusahaan yang didasarkan pada peraturan atau standar tertentu, sedangkan sukarela (*voluntary*) merupakan pengungkapan informasi melebihi persyaratan minimum dari peraturan yang berlaku.

Pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan umumnya bersifat *voluntary* (sukarela), *unaudited* (belum diaudit), dan *unregulated* (tidak dipengaruhi oleh peraturan tertentu) (Nurlela dan Islahudin, 2008). Oleh karena itu, perusahaan memiliki kebebasan untuk mengungkapkan informasi yang tidak diharuskan oleh badan penyelenggara pasar modal. Keragaman dalam pengungkapan disebabkan oleh perusahaan yang dikelola oleh manajer yang memiliki pandangan filosofi manajerial yang berbeda dan keluasan yang berkaitan dengan pengungkapan informasi kepada masyarakat. Sebagian perusahaan bahkan menganggap bahwa mengomunikasikan kegiatan atau program CSR sama pentingnya dengan kegiatan CSR itu sendiri. Dengan

mengkomunikasikan CSR-nya, makin banyak masyarakat yang mengetahui investasi sosial perusahaan sehingga tingkat risiko perusahaan menghadapi gejolak sosial akan menurun. Jadi, melaporkan CSR kepada khalayak akan meningkatkan nilai *social hedging* perusahaan.

Beberapa peraturan terkait isu utama CSR di Indonesia yaitu: *Organisational governance, Environment, Labour practices, Consumer issues, Fair operating practices, Human rights, Social and economic development*. Semakin banyak peraturan yang harus diataati oleh perusahaan maka semakin luas pula pengungkapan yang harus dilakukan terkait pelaksanaan peraturan-peraturan tersebut. Belum lama ini Bapepam LK mengeluarkan keputusan No. 134/BL/2006 tentang Kewajiban Penyampaian Laporan Tahunan bagi Emiten dan Perusahaan Publik. Dibanding aturan yang lama (SK Bapepam No. 38/PM/1996) jumlah informasi yang wajib diungkapkan, khususnya yang terkait dengan praktek *Corporate Governance*, jauh lebih banyak. Pada tahun 2007, DPR juga telah mengesahkan UU No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas, dalam pasal 74 undang-undang tersebut mewajibkan perusahaan untuk menguraikan aktivitas dan biaya yang dikeluarkan berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan. Hal ini akan berdampak pada semakin banyaknya informasi operasional perusahaan yang harus diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan, termasuk dalam pengungkapan CSR.

1. Konsep dan Definisi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Definisi mengenai *corporate social responsibility* seperti definisi menurut Kotler dan Lee (2005) memberikan definisi CSR sebagai berikut;

“Corporate social responsibility is a commitment to improve community well-being through discretionary business practice and contributions of corporate resources”.

Menurut definisi tersebut, elemen kunci dari CSR adalah kata *discretionary*. Terdapat pengaruh terhadap kinerja perusahaan dari partisipasi terhadap tanggung jawab sosial, diantaranya adalah meningkatkan penjualan dan *market share*, menguatkan posisi merk, menurunkan biaya operasional, dan lain sebagainya.

Definisi tersebut di atas memberikan pemahaman bahwa CSR pada dasarnya adalah komitmen perusahaan terhadap tiga (3) elemen yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan. Definisi CSR dalam penelitian ini merujuk pada definisi yang disampaikan European Commission dan CSR Asia. Perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan juga tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungannya tempat perusahaan beroperasi. Hal ini sejalan dengan teori *Stakeholder* yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*, dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan (Tilt, 1994, dalam Haniffa dkk., 2005). Jika terjadi ketidakselarasan antara sistem nilai perusahaan dan sistem nilai masyarakat, maka perusahaan dalam kehilangan legitimasinya, yang selanjutnya akan mengancam kelangsungan hidup perusahaan (Lindblom, 1994, dalam Haniffa dkk, 2005). (Sayekti dan Wondabio, 2007).

2. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Anggraini (2006) menyatakan bahwa tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*) memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya. Masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktivitas sosialnya sehingga hak masyarakat untuk hidup aman dan tentram, kesejahteraan karyawan, dan keamanan mengkonsumsi makanan dapat terpenuhi. Oleh karena itu dalam perkembangan sekarang ini akuntansi konvensional telah banyak dikritik karena tidak dapat mengakomodir kepentingan masyarakat secara luas, sehingga kemudian muncul konsep akuntansi baru yang disebut sebagai *Social Responsibility Accounting (SRA)* atau Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial.

Faktor yang mempengaruhi implementasi dan pengungkapan CSR adalah diantaranya *political economy theory*, *legitimacy theory*, dan *stakeholder theory* (Wilmhurst and Frost 1999; Deegan 2002; Campbell, Craven and Shrivess 2002). Sedangkan menurut Roberts 1992 dan Williams 1999, bahwa *political theory* dan *social contexts* merupakan faktor penting yang mempengaruhi keputusan untuk mengungkapkan informasi CSR. Haigh dan Jones (2006) mengungkapkan bahwa terdapat 6 faktor yang mempengaruhi praktik CSR oleh perusahaan. Keenam faktor tersebut adalah *internal pressures on business managers*, *pressures from business competitors*, *investors and consumers*, and *regulatory pressures coming from governments and non-governmental organizations*.

Gray dkk (1995) dalam Henny dan Murtanto (2001) menyebutkan bahwa terdapat tiga studi terkait dengan praktik dan pengungkapan CSR, diantaranya adalah *decision usefulness studies*, *economic theory studies*, dan *social and political theory studies*. *Economic theory studies* menggunakan *agency theory* dan

positive accounting theory, dimana teori tersebut menganalogikan manajemen sebagai agen dari suatu prinsipal. Dalam penggunaan *agency theory*, prinsipal diartikan sebagai pemegang saham atau *traditional users* lain. Namun pengertian prinsipal tersebut meluas menjadi seluruh *interest group* perusahaan yang bersangkutan. Sebagai agen manajemen akan berupaya mengoperasikan perusahaan sesuai dengan keinginan publik (*stakeholder*). (Sulastini, 2007).

Ikatan Akutan Indonesia (IAI) dalam Pernyataan Standar Akutansi Keuangan (PSAK) Nomor 1 (revisi 2007) paragraf sembilan secara implisit menyarankan untuk mengungkapkan tanggung jawab akan masalah sosial sebagai berikut :

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

Guthrie dan Parker (1990) dalam Sayekti dan Wondabio (2007) menyatakan bahwa dalam Pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan, dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis. Penelitian Basamalah dkk. (2005) yang melakukan review atas *social and environmental reporting and auditing* dari dua perusahaan di Indonesia, yaitu PT. Freeport Indonesia dan PT. Inti Indorayon, mendukung prediksi *legitimacy theory* tersebut.

Berbagai alasan perusahaan dalam melakukan pengungkapan informasi CSR secara sukarela telah diteliti dalam penelitian sebelumnya, diantaranya adalah karena untuk mentaati peraturan yang ada, untuk memperoleh keunggulan kompetitif melalui penerapan CSR, untuk memenuhi ketentuan kontrak pinjaman dan memenuhi ekspektasi masyarakat, untuk melegitimasi tindakan perusahaan,

dan untuk menarik investor (Deegan dan Blomquist, 2001; Hasnas, 1998; Ullman, 1985; Patten, 1992; dalam Basamalah dkk, 2005).

Berbagai penelitian terdahulu mengenai faktor-faktor determinan yang mempengaruhi perusahaan dalam melakukan pengungkapan informasi CSR telah banyak dilakukan. Ukuran perusahaan, profitabilitas, dan profil industri berkorelasi positif dengan pengungkapan informasi CSR (Haniffa dkk, 2005; Sembiring, 2003; Sembiring, 2005; Sayekti, 2006; Utomo 2000, dan Anggraini, 2006).

Belkaoui & Karpik (1989) meneliti hubungan antara (1) pengungkapan informasi sosial dengan kinerja sosial, (2) pengungkapan informasi sosial dengan kinerja ekonomi (atas dasar variabel pasar dan akuntansi), (3) kinerja sosial dengan kinerja ekonomi. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa perusahaan yang mengungkapkan informasi sosial (1) menunjukkan keikutsertaannya dalam kegiatan sosial, (2) memiliki risiko sistematis dan tingkat *leverage* yang rendah, dan (3) cenderung merupakan perusahaan yang berskala besar. Jadi pengungkapan informasi sosial berhubungan positif dengan kinerja sosial dan visibilitas politis serta berhubungan negatif dengan biaya kontrak dan pengawasan (Anggraini, 2006).

Menurut Hackston dan Milne, tanggung jawab sosial perusahaan sering disebut juga sebagai *corporate social responsibility* atau *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social reporting* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Sembiring, 2005). Hal tersebut memperluas tanggung jawab organisasi dalam hal ini perusahaan, di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham. Perluasan tersebut dibuat dengan asumsi bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas

dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham (Gray et.al, 1995 dalam Hasibuan, 2001).

Menurut Gray et.al dalam Sembiring (2005) ada 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.

Banyak teori yang menjelaskan mengapa perusahaan cenderung mengungkapkan informasi yang berkaitan dengan aktivitasnya dan dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan tersebut. Gray et al (1995) dalam Henny dan Murtanto (2001) menyebutkan ada tiga studi yaitu :

1. *Decision usefulness studies*

Sebagian dari studi-studi yang dilakukan oleh para peneliti yang mengemukakan teori ini menemukan bukti bahwa informasi sosial dibutuhkan oleh para pemakai laporan keuangan. Dalam hal ini para analis, dan pihak lain

yang dilibatkan dalam penelitian tersebut diminta untuk melakukan pemeringkatan terhadap informasi akuntansi. Informasi akuntansi tersebut tidak terbatas pada informasi akuntansi tradisional yang telah dikenal selama ini, namun juga informasi lain yang relatif baru dalam wacana akuntansi. Mereka menempatkan informasi aktivitas sosial perusahaan pada posisi yang *moderately important* untuk digunakan sebagai pertimbangan oleh para *users* dalam pengambilan keputusan.

2. *Economic theory studies*

Studi ini menggunakan *agency theory* dan *positive accounting theory*, dimana teori tersebut menganalogikan manajemen sebagai agen dari suatu prinsipal. Dalam penggunaan *agency theory*, prinsipal diartikan sebagai pemegang saham atau *traditional users* lain. Namun pengertian prinsipal tersebut meluas menjadi seluruh *interest group* perusahaan yang bersangkutan. Sebagai agen manajemen akan berupaya mengoperasikan perusahaan sesuai dengan keinginan publik (*stakeholder*).

3. *Social and political theory studies*

Studi di bidang ini menggunakan teori *stakeholders*, teori legitimasi organisasi, dan teori ekonomi politik. Teori *stakeholders* mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para *stakeholders*. Perusahaan berusaha mencari pembenaran dari para *stakeholders* dalam menjalankan operasi perusahaannya. Sehingga berakibat semakin besar pula kecenderungan perusahaan mengadaptasi diri terhadap keinginan para *stakeholders*-nya. Menurut Murtanto (2006) dalam Media Akuntansi,

pengungkapan kinerja perusahaan seringkali dilakukan secara sukarela (*voluntary disclosure*) oleh perusahaan. Adapun alasan-alasan perusahaan mengungkapkan kinerja sosial secara sukarela antara lain:

1. *Internal Decision Making* : Manajemen membutuhkan informasi untuk menentukan efektivitas informasi sosial tertentu dalam mencapai tujuan sosial perusahaan. Walaupun hal ini sulit diidentifikasi dan diukur, namun analisis secara sederhana lebih baik daripada tidak sama sekali.
2. *Product Differentiation* : Manajer perusahaan memiliki insentif untuk membedakan diri dari pesaing yang tidak bertanggung jawab secara sosial kepada masyarakat. Akuntansi kontemporer tidak memisahkan pencatatan biaya dan manfaat aktivitas sosial perusahaan dalam laporan keuangan, sehingga perusahaan yang tidak peduli sosial akan terlihat lebih sukses daripada perusahaan yang peduli. Hal ini mendorong perusahaan yang peduli sosial untuk mengungkapkan informasi tersebut sehingga masyarakat dapat membedakan mereka dari perusahaan lain.
3. *Enlightened Self Interest* : perusahaan melakukan pengungkapan untuk menjaga keselarasan sosialnya dengan para stakeholder karena mereka dapat mempengaruhi pendapatan penjualan dan harga saham perusahaan.

Efendi (2009) mengatakan bahwa terdapat dua hal yang mendorong perusahaan menerapkan CSR, yaitu faktor yang berasal dari luar perusahaan (*external drivers*) dan dari dalam perusahaan (*internal drivers*). Faktor pendorong dari luar perusahaan adalah adanya regulasi, hukum, dan diwajibkannya analisis mengenai dampak lingkungan (AMDAL) dari operasi perusahaan. Sedangkan faktor

yang berasal dari dalam perusahaan antara lain nilai, kebijakan manajemen, strategi dan tujuan perusahaan.

Laporan pertanggungjawaban sosial disajikan dalam sebuah laporan yang berkelanjutan (*sustainability reporting*) yang dapat di terbitkan secara terpisah ataupun terintegrasi dalam laporan tahunan (*annual report*). Laporan keberlanjutan adalah praktek pengukuran, pengungkapan dan upaya akuntabilitas dari kinerja organisasi dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan kepada para pemangku kepentingan baik internal maupun eksternal. Sebuah laporan berkelanjutan harus menyediakan gambaran yang berimbang dan masuk akal dari kinerja berkelanjutan sebuah organisasi, termasuk kontribusi yang positif maupun negatif.

Pada bulan September 2004, ISO (*International Organization for Standardization*) sebagai induk organisasi standarisasi internasional, berinisiatif membentuk tim (*working group*) yang membidani lahirnya panduan dan standarisasi untuk tanggung jawab sosial yang diberi nama ISO 26000: *Guidance Standard on Sosial Responsibility*. Kegiatan ISO dalam tanggungjawab sosial terletak pada pemahaman umum bahwa *social responsibility* adalah sangat penting untuk kelanjutan suatu perusahaan.

ISO 26000 menyediakan standar pedoman yang bersifat sukarela mengenai tanggung jawab sosial suatu institusi yang mencakup semua sektor badan publik ataupun badan privat baik di negara berkembang maupun maju. ISO 26000 akan memberikan tambahan nilai terhadap aktivitas tanggung jawab social yang berkembang saat ini dengan cara: 1) mengembangkan suatu konsensus terhadap pengertian tanggung jawab sosial dan isunya; 2) menyediakan pedoman tentang penterjemahan prinsip-prinsip menjadi kegiatan-kegiatan yang efektif; dan 3)

memilah praktek-praktek terbaik yang sudah berkembang dan disebarluaskan untuk kebaikan komunitas atau masyarakat internasional.

Berdasarkan konsep ISO 26000, penerapan *social responsibility* hendaknya terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi yang mencakup 7 isu pokok, yaitu: pengembangan masyarakat, konsumen, praktek intitusi yang sehat, lingkungan, ketenagakerjaan, hak asasi manusia dan *organizational governance*.

Darwin (2004) mengatakan bahwa kategori dalam *corporate sustainability reporting* terbagi menjadi tiga kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan, dan kinerja sosial. Sedangkan Zhegal dan Ahmed, (1990) mengidentifikasika hal-hal yang berkaitan dengan hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan sosial perusahaan yaitu sebagai berikut:

- a. Lingkungan, meliputi pengendalian terhadap polusi, pencegahan atau perbaikan terhadap kerusakan lingkungan, konservasi alam, dan pengungkapan lain yang berkaitan dengan lingkungan.
- b. Energi, meliputi konservasi energi, efesiensi energi, dan lain-lain. Praktik bisnis yang meliputi pemberdayaan terhadap minoritas dan perempuan, dukungan terhadap perusahaan minoritas, tanggung jawab sosial.
- c. Sumber daya manusia, meliputi aktivitas di dalam suatu komunitas, dalam kaitan dengan pelayanan kesehatan, pendidikan, dan seni.
- d. Produk, meliputi keamanan, pengurangan polusi dan lain-lain.

Penelitian ini mengidentifikasikan hal-hal yang berkaitan dengan laporan pertanggungjawaban sosial dengan GRI (*Global Report Initiative*) versi 3.0. GRI adalah sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan keberlanjutan dan

berkomitmen untuk terus menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia (www.globalreporting.org). GRI di gagas oleh PBB melalui *Coalition for Environmentally Responsible Economies* (CERES) dan UNDEP pada tahun 1997.

Indikator pengungkapan tanggung jawab sosial menurut GRI terdiri dari tiga indikator, yaitu Indikator kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial. Aspek kinerja ekonomi meliputi aspek kinerja ekonomi, aspek kehadiran pasar dan aspek dampak tidak langsung. Dalam indikator kinerja lingkungan, terdapat aspek material, energi, air, biodiversitas, emisi, efluen, dan limbah, aspek produk dan jasa, aspek kepatuhan, aspek transportasi dan aspek keseluruhan.

Indikator sosial berhubungan dengan ketenaga kerjaan, hak asasi manusia, masyarakat dan tanggung jawab produk. Dalam hal ketenaga kerjaan, aspek yang dinilai yaitu pekerjaan, tenaga kerja/hubungan manajemen, kesehatan dan keselamatan jabatan, pelatihan dan pendidikan, keberagaman dan kesempatan setara. Aspek dalam hak asasi manusia meliputi aspek praktek investasi dan pengadaan, aspek nondiskriminasi, aspek kebebasan berserikat, berunding dan berkumpul bersama, aspek pekerja anak, aspek kerja paksa dan kerja wajib, aspek praktik/tindakan pengamanan dan aspek hak penduduk asli. Sedangkan masyarakat terdiri dari aspek komunitas, korupsi, kebijakan publik, kelakuan tidak bersaing dan aspek kepatuhan. Dalam hal tanggung jawab produk, aspek yang di nilai yaitu aspek kesehatan dan keamanan pelanggan, aspek pemasangan label bagi produk dan jasa, aspek komunikasi pemasaran, aspek keleluasaan pribadi pelanggan dan aspek kepatuhan.

Indikator Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial GRI versi 3.0

<u>Indikator Kinerja Ekonomi</u>	
• Aspek kinerja ekonomi	
EC1	Perolehan dan distribusi nilai ekonomi langsung, meliputi pendapatan, biaya operasi, imbal jasa karyawan, donasi, dan investasi komunitas lainnya, laba ditahan, dan pembayaran kepada penyandang dana serta pemerintah.
EC2	Implikasi finansial dan risiko lainnya akibat perubahan iklim serta peluangnya bagi aktivitas organisasi.
EC3	Jaminan kewajiban organisasi terhadap program imbalan pasti.
EC4	Bantuan finansial yang signifikan dari pemerintah.
• Aspek kehadiran pasar	
EC5	Rentang rasio standar upah terendah dibandingkan dengan upah minimum setempat

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Pada penelitian ini faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial adalah ukuran perusahaan, ROA, Leverage dan OPM.

C. Kinerja Keuangan

Hubungan antara kinerja keuangan suatu perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial menurut Belkaoui dan Karpik (1989) paling baik

diekspresikan dengan pandangan bahwa tanggapan sosial yang diminta dari manajemen sama dengan kemampuan yang diminta untuk membuat suatu perusahaan memperoleh laba. Seperti yang dinyatakan oleh Alexander dan Bucholdz (1978) dalam Belkaoui dan Karpik (1989) bahwa manajemen yang sadar dan memperhatikan masalah sosial juga akan mengajukan kemampuan yang diperlukan untuk menggerakkan kinerja keuangan perusahaan.

Pengukuran kinerja merupakan analisis data serta pengendalian bagi perusahaan. Pengukuran kinerja digunakan perusahaan untuk melakukan perbaikan diatas kegiatan operasionalnya agar dapat bersaing dengan perusahaan lain. Bagi investor informasi mengenai kinerja perusahaan dapat digunakan untuk melihat apakah mereka akan mempertahankan investasi mereka di perusahaan tersebut atau mencari alternatif lain. Selain itu pengukuran juga dilakukan untuk memperlihatkan kepada penanam modal maupun pelanggan atau masyarakat secara umum bahwa perusahaan memiliki kredibilitas yang baik (Munawir,1995 :85) Pengukuran kinerja didefinisikan sebagai “*performing measurement*” (pengukuran kinerja) adalah kualifikasi dan efisiensi perusahaan atau segmen atau keefektifan dalam pengoperasian bisnis selama periode 21 akuntansi. Dengan demikian pengertian kinerja adalah suatu usaha formal yang dilaksanakan perusahaan untuk mengevaluasi efisien dan efektivitas dari aktivitas perusahaan yang telah dilaksanakan pada periode waktu tertentu (Hanafi,2003: 69). Dalam bukunya Halim (2003: 17) yang berjudul “Analisis Investasi ” menyebutkan bahwa ide dasar dari pendekatan fundamental ini adalah bahwa harga saham dipengaruhi oleh kinerja perusahaan. Apabila kinerja perusahaan baik maka nilai usaha akan tinggi. Dengan nilai usaha yang tinggi membuat para investor melirik perusahaan tersebut untuk menanamkan modalnya sehingga akan terjadi kenaikan harga saham

. Sebaliknya apabila terdapat berita buruk mengenai kinerja perusahaan maka akan menyebabkan penurunan harga saham pada perusahaan tersebut. Atau dapat dikatakan bahwa harga saham merupakan fungsi dari nilai perusahaan.

1. Ukuran Kinerja

Ada tiga macam ukuran yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja secara kuantitatif (Hanafi, 2003: 76), yaitu:

a. Ukuran kriteria tunggal

Ukuran kriteria tunggal (*single criteria*) adalah ukuran kinerja yang hanya menggunakan satu ukuran untuk menilai kinerja manajer. Kelemahan apabila kriteria tunggal digunakan untuk mengukur kinerja yaitu orang akan cenderung memusatkan usahanya pada kriteria pada usaha tersebut sehingga akibatnya kriteria lain diabaikan, yang kemungkinan memiliki arti yang sama pentingnya dalam menentukan sukses atau tidaknya perusahaan.

b. Ukuran kriteria beragam

Ukuran kriteria beragam (*multiple criteria*) adalah ukuran kinerja yang menggunakan berbagai macam ukuran untuk menilai kriteria manajer. Kriteria ini mencari berbagai aspek kinerja manajer, sehingga manajer dapat diukur kinerjanya dari beragam kriteria. Tujuan penggunaan beragam ini adalah agar manajer yang diukur kinerjanya mengarahkan usahanya kepada berbagai kinerja.

c. Ukuran kriteria gabungan

Ukuran kriteria gabungan (*composite criteria*) adalah ukuran kinerja yang menggunakan berbagai macam ukuran, untuk memperhitungkan bobot masing-masing ukuran dan menghitung rata-ratanya sebagai ukuran yang menyeluruh kinerja manajer. Kriteria gabungan ini dilakukan karena

perusahaan menyadari bahwa beberapa tujuan lebih penting dibandingkan dengan tujuan yang lain, sehingga beberapa perusahaan memberikan bobot angka tertentu pada beragam kriteria untuk mendapatkan ukuran tunggal kinerja manajer.

2. Kinerja Keuangan yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Aktivitas sosial perusahaan merupakan salah satu komponen yang digunakan dalam laporan tahunan. Belum adanya standar baku yang mengatur tentang pelaporan aktivitas sosial perusahaan menyebabkan adanya keanekaragaman bentuk pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Setiap perusahaan mempunyai kebijakan yang berbeda-beda mengenai pengungkapan sosial sesuai dengan karakteristik perusahaan. Hal ini menimbulkan masalah dalam pengukuran pengungkapan sosial. Oleh sebab itu, pengukuran pengungkapan sosial dilakukan dengan menggunakan instrumen penelitian berupa daftar item pengungkapan sosial berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hackston dan Milne (1996).

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi pertanggungjawaban sosial, seperti *size* perusahaan, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, maupun *profile* yang dianggap sebagai variabel penduga dalam pengungkapan pertanggungjawaban sosial. Mengingat banyaknya faktor yang mempengaruhi pertanggungjawaban sosial, maka penelitian ini akan melihat apakah *size* perusahaan, profitabilitas, dan leverage perusahaan akan berpengaruh atau tidak terhadap pertanggungjawaban sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

1) Size

Size perusahaan merupakan variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan yang dibuat. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Hal ini karena perusahaan besar akan menghadapi resiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil. Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial. Pengungkapan sosial yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis bagi perusahaan (Hasibuan,2001). Dengan mengungkapkan kepedulian pada lingkungan melalui pelaporan keuangan, maka perusahaan dalam jangka waktu panjang bisa terhindar dari biaya yang sangat besar akibat dari tuntutan masyarakat.

Size perusahaan bias didasarkan pada jumlah altiva (aktiva tetap, tidak berwujud dan lain-lain), jumlah tenaga kerja, volume penjualan dan kapitalisasi pasar (Cahyonowati,2003). Pada penelitian ini *size* perusahaan dinyatakan dengan jumlah tenaga kerja yang dimiliki oleh perusahaan. Pengukuran ini dilakukan untuk mengetahui bahwa semakin besar jumlah tenaga kerja yang dimiliki maka akan semakin besar pula tanggung jawab social yang harus di ungkapkan.

CSR bukan hanya sekedar kegiatan amal, dimana CSR mengharuskan suatu perusahaan dalam pengambilan keputusan agar dengan sungguh0sungguh memperhitungkan akibat terhadap pemangku kepentingan (*stakeholder*) perusahaan, termasuk karyawan. CSR dapat juga digunakan untuk membentuk suatu atmosfer kerja yang nyaman di antara staf, terutama apabila mereka dapat dilibatkan dalam kegiatan-kegiatan yang mereka percayai bias mendatangkan manfaat bagi masyarakat luas, baik itu bentuknya “penyisihan gaji”, penggalangan dana” ataupun kesukarelawan (*volunteering*) dalam bekrja untuk masyarakat.

Menurut Buzby (Hasibuan 2001) ada dugaan bahwa perusahaan yang kecil akan mengungkapkan lebih rendah kualitasnya dibanding perusahaan besar. Hal ini karena ketiadaan sumber daya dan dana yang cukup besar dalam Laporan Tahunan. Manajemen khawatir dengan mengungkapkan lebih banyak akan membahayakan posisi perusahaan terhadap kompetitor lain. Ketersediaan sumber daya dan dana membuat perusahaan merasa perlu membiayai penyediaan informasi untuk pertanggungjawaban sosialnya. Di samping itu, perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang berukuran lebih kecil. Alasan lain adalah perusahaan besar dan memiliki biaya keagenan yang lebih besar tentu akan mengungkapkan informasi yang lebih luas hal ini dilakukan untuk mengurangi biaya keagenan yang dikeluarkan. Lebih banyak pemegang saham, berarti memerlukan lebih banyak juga pengungkapan, hal ini dikarenakan tuntutan dari para pemegang saham dan para analis pasar modal (Yuniarti Gunawan, 2000).

Cowen *et.al* (1987) dalam Sembiring (2003) menyatakan bahwa perusahaan yang lebih besar mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan dalam laporan tahunan, yang merupakan media untuk menyebarkan informasi tentang tanggung jawab sosial keuangan perusahaan. Akan tetapi tidak semua peneliti mendukung hubungan antara *size* perusahaan dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian yang tidak berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel ini ditemukan oleh Robert (1992) dan seperti yang disebutkan dalam Hackston dan Milne (1996) antara lain adalah penelitian yang dilakukan oleh Davey (1982) dan Ng (1985). Sedangkan penelitian yang berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel ini antara lain adalah penelitian Nor Hadi dan Arifin Sabeni (2002), Yuniati Gunawan (2000), Bambang

Suripto dan Zaki Baridwan (1999), Muhammad Rizal Hasibuan (2001), Rahma Yuliani (2003), Cooke T.E (1992), Belkaoui dan Karpik (1989), dan Hackston dan Milne (1996). Karena ketidakkonsistenan hasil, maka penelitian ini menguji kembali *size* perusahaan terhadap pengungkapan sosial dalam laporan tahunan di BEI.

2) Profitabilitas

Ukuran profitabilitas dapat berbagai macam seperti: laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi/aktiva, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik. Ang (1997) dalam Wahidahwati (2002) mengungkapkan bahwa rasio profitabilitas atau rasio rentabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Keuntungan yang layak dibagikan kepada pemegang saham adalah keuntungan setelah bunga dan pajak. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayarkan devidennya. Para manajer tidak hanya mendapatkan deviden, tetapi juga akan memperoleh *power* yang lebih besar dalam menentukan kebijakan perusahaan. Dengan demikian semakin besar deviden akan semakin menghemat biaya modal, di sisi lain para manajer menjadi meningkat *power*nya bahwa bisa meningkatkan kepemilikannya akibat penerimaan deviden sebagai hasil keuntungan yang tinggi. Jadi, Profitabilitas menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya.

Hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan profitabilitas perusahaan telah diyakini mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial yang sama dengan gaya manajerial yang dilakukan pihak manajemen untuk membuat suatu perusahaan memperoleh keuntungan (Bowman dan Haire, 1976 dalam Sembiring, 2003).

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan cerminan suatu pendekatan manajemen dalam menghadapi lingkungan yang dinamis dan

multidimensional serta kemampuan untuk mempertemukan tekanan sosial dengan reaksi kebutuhan masyarakat. Dengan demikian, ketrampilan manajemen perlu dipertimbangkan untuk *survive* dalam lingkungan perusahaan masa kini (Cowen *et al.*, 1987 dalam Hasibuan, 2001).

Heinze (1976) dalam Gray *et.al.* (1995) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial. Riset penelitian empiris terhadap hubungan pengungkapan sosial perusahaan, profitabilitas menghasilkan hasil yang sangat beragam. Penelitian Bowman dan Haire (1976) serta Presto (1978) dalam Hackston dan Milne (1996) mendukung hubungan profitabilitas dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan Hackston dan Milne (1996) melaporkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian di Indonesia yang dilakukan oleh Rahma Yuliani (2003) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan.

Berbeda dengan pendapat di atas yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, Donovan dan Gibson (2000) dalam Hasibuan (2001) menyatakan berdasarkan teori legitimasi, salah satu argumen dalam hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial adalah ketika perusahaan memiliki laba yang tinggi, perusahaan tidak perlu melaporkan hal-hal yang mengganggu informasi tentang suksesnya keuangan perusahaan. Sebaliknya pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca "*good news*"

kinerja perusahaan. Misalnya dalam lingkup sosial, ketika investor membaca laporan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diharapkan mereka tetap berinvestasi di perusahaan tersebut. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa profitabilitas mempunyai hubungan negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Namun hal ini bertentangan dengan teori agensi yang menyatakan bahwa semakin besar perolehan laba yang didapat perusahaan, maka semakin luas informasi sosial yang diungkapkan perusahaan. Ini dilakukan untuk mengurangi biaya keagenan yang muncul. Mengingat ketidakkonsistenan dari hasil penelitian para ahli yang telah dikemukakan di atas, maka dalam penelitian ini menguji kembali pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan sosial perusahaan manufaktur dalam laporan tahunan di Bursa Efek Indonesia.

3) *Leverage*

Menurut Makmun (2002) *Leverage* keuangan (*ratio leverage*) adalah perbandingan antara dana-dana yang dipakai untuk membelanjai/membiayai perusahaan atau perbandingan antara dana yang diperoleh dari ekstern perusahaan (dari kreditur-kreditur) dengan dana yang disediakan pemilik perusahaan. Rasio tersebut digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Oleh karena itu perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan ungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah.

Leverage dibagi menjadi dua, yaitu *Operating Leverage* dan *Financial Leverage*. Menurut Brigham dan Houston (2006:12), *operating leverage* adalah tingkat sampai sejauh mana biaya-biaya tetap digunakan di dalam operasi sebuah

perusahaan. *Operating leverage* juga dapat diartikan sebagai penggunaan dana dengan biaya tetap dengan harapan pendapatan yang dihasilkan dari penggunaan dana tersebut dapat menutup biaya tetap dan biaya variabel. Menurut Brigham dan Houston (2006:17), *financial leverage* adalah tingkat sampai sejauh mana sekuritas dengan laba tetap (utang dan saham preferen) digunakan dalam struktur modal sebuah perusahaan. Sedangkan menurut Sartono (1996) *financial leverage* adalah penggunaan asset dan sumber dana (*source of fund*) oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap dengan maksud meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham. *Financial leverage* terjadi pada saat perusahaan menggunakan dana yang menimbulkan beban tetap, apabila perusahaan menggunakan utang, maka perusahaan harus membayar bunga. Bunga harus dibayar berapapun laba perusahaan (Husnan, 1997).

Tingkat risiko dan return saham perusahaan merupakan faktor penting yang harus dipertimbangkan calon investor sebelum mengambil keputusan investasi saham. Return saham dan risiko berhubungan secara linier dengan leverage yang akan digunakan oleh perusahaan. Apabila risiko tinggi maka para pemegang saham akan meminta return saham yang tinggi pula, disamping itu penggunaan *leverage* juga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian Andre dan Hasan (2009) memberikan hasil bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Sembiring (2005) dan Angraeni (2006) dalam Andre dan Hasan (2009), yang dalam penelitiannya tidak menemukan hubungan signifikan antara *leverage* dengan pengungkapan informasi sosial.

D. Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial ternyata menunjukkan hasil yang beragam dan menarik untuk dikaji lebih dalam. Penelitian yang dimaksud adalah sebagai berikut;

1) Sembiring (2003)

Penelitian ini menguji pengaruh kinerja keuangan, *political visibility*, ketergantungan pada hutang terhadap pengungkapan CSR. Hasilnya, hanya variable ukuran perusahaan (*size*) sebagai salah satu proksi *political visibility* yang terbukti signifikan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada alpha 5%. Sementara variabel lainnya, seperti tingkat *leverage*, profitabilitas, umur perusahaan, dan *earning per share* tidak terbukti adanya pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

2) Sembiring (2005)

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian sebelumnya (tahun 2003). Dengan sampel yang lebih banyak dan memasukkan variabel *profile* dan ukuran dewan komisaris sebagai pengganti dari variabel kepemilikan publik. Hasilnya menunjukkan bahwa variabel profitabilitas dan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sementara variabel lainnya menunjukkan pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

3) Farook dan Lanis (2005)

Farook dan Lanis (2005) melakukan penelitian tentang pengungkapan tanggung jawab sosial pada bank Islam di seluruh dunia. Penelitian tersebut menemukan bahwa *islamic governance* (sebagai proksi *corporate governance* di bank Islam) terbukti berpengaruh positif secara signifikan

terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Dalam penelitian sama, juga ditemukan bukti bahwa jumlah muslim terbukti secara signifikan mempunyai hubungan positif. Namun, dalam penelitian ini variabel *size* tidak terbukti signifikan.

4) Hossain dkk (2006)

Hossain dkk (2006) dalam penelitiannya tentang pengungkapan CSR di Bangladesh menemukan bukti bahwa faktor profitabilitas (dengan proksi *net profit margin*) mempunyai hubungan positif terhadap pengungkapan CSR. Faktor lain yang terbukti signifikan berpengaruh adalah tipe industri. Sementara variabel independen lainnya seperti *size*, *subsidiaries of multinational company*, dan *audit firm* tidak terbukti mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

5) Anggraini (2006)

Anggraini (2006) melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi sosial dalam laporan tahunan. Hasilnya menunjukkan bahwa hanya variabel prosentase kepemilikan manajemen dan tipe industri yang terbukti mempunyai hubungan positif signifikan. Sementara variabel lainnya (*leverage*, *size*, dan profitabilitas) tidak terbukti adanya pengaruh terhadap pengungkapan informasi sosial.

6) Toms dkk. (2007)

Penelitian tentang pengungkapan CSR juga dilakukan oleh Toms dkk (2007). Variabel yang digunakan adalah *number of countries of operation for each company*, *number of foreign stock market quotations*, *unweighted average political risk of the countries*, *unweight average environmental sensitivity index*, *financial risk* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dengan

size dan klasifikasi industri sebagai variabel kontrol. Hasilnya menunjukkan bahwa *number of foreign stock market quotations*, *financial risk* dan *size* terbukti positif berpengaruh pada tingkat signifikansi kurang dari 1%

7) Parsa dan Kouhy (2007)

Parsa dan Kouhy (2007) melakukan penelitian tentang pengungkapan informasi sosial oleh perusahaan kecil dan menengah (UMKM) yang terdaftar pada Alternative Investment Market (AIM) Inggris. Ia menghubungkan variabel umur perusahaan, tipe industri, *size*, dan *gearing* terhadap pengungkapan informasi sosial. Hasilnya menunjukkan bahwa variabel tipe industri, *size*, dan *gearing* terbukti signifikan mempunyai korelasi terhadap pengungkapan informasi sosial. Umur perusahaan tidak terbukti berkorelasi.

8) Branco dan Rodriguez (2008)

Penelitian dengan judul *Factors Influencing Social Responsibility Disclosure by Portuguese Companies* ini menghubungkan variabel *international experience*, *company size*, *industry affiliation*, dan *media exposure* terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan di Portugal dengan variabel kontrol profitabilitas dan *leverage*. Hasilnya menunjukkan bahwa variabel *size* dan *media exposure* yang terbukti signifikan terhadap pengungkapan CSR di laporan tahunan. Variabel lainnya (pengalaman internasional, dan afiliasi industri) tidak terbukti berpengaruh. Variabel kontrol (profitabilitas dan *leverage*) juga tidak terbukti berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

9) Novita dan Djakman (2008)

Penelitian ini mengkaitkan struktur kepemilikan (kepemilikan asing dan kepemilikan institusional) dengan variabel kontrol tipe industri, ukuran perusahaan, dan kategori BUMN-Non BUMN terhadap luas pengungkapan

tanggung jawab sosial. Hasilnya menunjukkan bahwa struktur kepemilikan tidak mempunyai pengaruh terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial.

10) Reverte (2008)

Penelitian yang dilakukan Reverte (2008) ini mengungkap beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat pengungkapan CSR pada perusahaan yang terdaftar di Spanyol. Ia menghubungkan variabel *media exposure*, *international listing*, profitabilitas, *size*, struktur kepemilikan, sensitivitas industri, dan *leverage* terhadap tingkat pengungkapan CSR. Hasilnya menunjukkan bahwa hanya variabel profitabilitas dan *leverage* yang tidak terbukti signifikan berpengaruh. Variabel *media exposure*, *international listing*, *size*, struktur kepemilikan, dan sensitivitas industri terbukti berpengaruh.

D. Kerangka Pemikiran Teoritis

CSR merupakan bentuk pertanggungjawaban perusahaan yang semakin luas kepada masyarakat dan lingkungan. Pelaporan dan pengungkapan CSR juga dilakukan. Hal ini dilakukan dikarenakan perusahaan menginginkan legitimasi dan nilai positif dari masyarakat. Sehingga perusahaan akan memperoleh peningkatan laba dalam jangka waktu yang panjang.

Teori *Stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007).

Guthrie dan Parker (1977) menyarankan bahwa organisasi mengungkapkan kinerja lingkungan mereka dalam berbagai komponen untuk mendapatkan reaksi positif dari lingkungan dan mendapatkan legitimasi atas usaha perusahaan (Hui dan Bowrey, 2008).

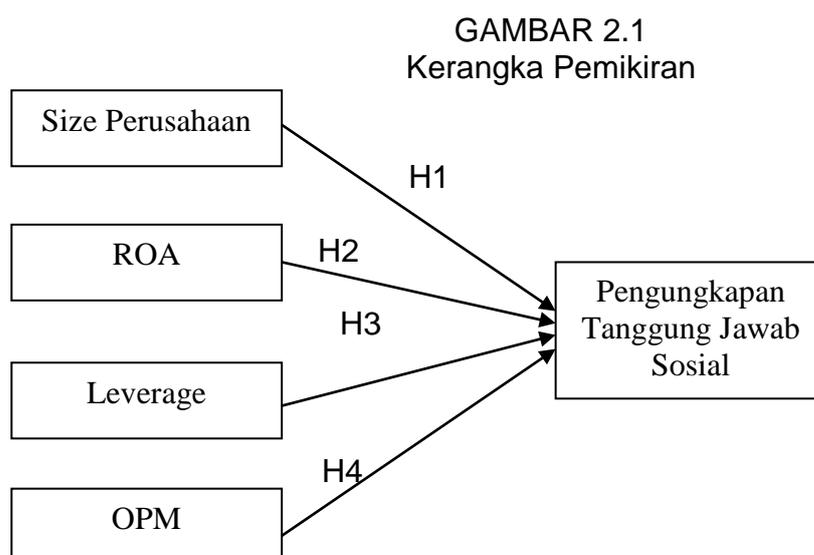
Penelitian ini dilakukan untuk memberi gambaran tentang praktek pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilaksanakan oleh perusahaan manufaktur di Indonesia dan mengetahui pengaruh karakteristik perusahaan (*size* perusahaan, profitabilitas, dan *leverage*) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. *Size* perusahaan merupakan variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan yang dibuat. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Hal ini karena perusahaan besar akan menghadapi risiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil.

Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial. Pengungkapan sosial yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis bagi perusahaan (Hasibuan, 2001). Dengan mengungkapkan kepedulian pada lingkungan melalui pelaporan keuangan, maka perusahaan dalam jangka waktu panjang bisa terhindar dari biaya yang sangat besar akibat dari tuntutan masyarakat.

Teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi (Jensen dan Meckling, 1976 dalam Anggraini, 2006). Tambahan informasi diperlukan untuk menghilangkan keraguan pemegang obligasi terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur (Schipper, 1981 dalam Marwata, 2001 dan Meek, *et al.*, 1995 dalam Anggraini,

2006). Oleh karena itu, perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan ungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah. *Item* dan kualitas informasi yang diungkapkan dalam laporan yang disiapkan manajemen dapat mempengaruhi pengambilan keputusan dan kebijakan perusahaan. Manajemen memiliki dorongan untuk mengungkapkan informasi yang menguntungkan dan “menyembunyikan” informasi yang tidak menguntungkan. Informasi yang menguntungkan akan diungkap seluas-luasnya, sedangkan informasi yang tidak menguntungkan kelihatannya tidak diungkap dan sebagai hasilnya, para pemegang saham tidak akan mengetahui secara khusus informasi yang disembunyikan. Untuk mengatasi hal tersebut, pemegang saham mendelegasikan wewenang mereka dalam memonitor aktivitas manajemen kepada dewan komisaris.

Berdasarkan beberapa teori dan temuan penelitian yang menguji pengaruh antara *size* perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, maka bisa dibuat model kerangka pikir seperti dalam gambar berikut ini :



E. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan hubungan antara landasan teori, kerangka pemikiran terhadap rumusan masalah maka Hipotesis atau jawaban sementara dari permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.

Ukuran perusahaan (*Size*) perusahaan merupakan variable penduga yang banyak untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Disamping itu perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan (Sembiring, 2005). Cowen et al.,(1987) menyatakan bahwa perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat akan memiliki pemegang saham yang mungkin memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan dalam laporan tahunan akan digunakan untuk menyebarkan informasi tentang tanggung jawab sosial tersebut.

Perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang berukuran lebih kecil. Alasan lain adalah perusahaan besar dan memiliki biaya keagenan yang lebih besar tentu akan mengungkapkan informasi yang lebih luas hal ini dilakukan untuk mengurangi biaya keagenan yang dikeluarkan. Lebih banyak pemegang saham, berarti memerlukan lebih banyak juga pengungkapan, hal ini

dikarenakan tuntutan dari para pemegang saham dan para analis pasar modal (Gunawan, 2000). Cowen et.al (1987) menyatakan bahwa perusahaan yang lebih besar mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan dalam laporan tahunan, yang merupakan media untuk menyebarkan informasi tentang tanggung jawab sosial keuangan perusahaan.

Penelitian yang berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel ini antara lain adalah penelitian Hasibuan (2001), Gray et al., (2001) dan Sembiring (2003). Akan tetapi tidak semua peneliti mendukung hubungan ukuran perusahaan dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian yang tidak berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel ini ditemukan oleh Robert (1992) dan Davey (1982).

Berdasarkan penjelasan di atas, maka hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

H1 : Terdapat pengaruh positif signifikan ukuran perusahaan (Size) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

2) Pengaruh ROA terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur di Indonesia

Heinz (1979) dalam Devina et al., (2004) menjelaskan bahwa profitabilitas adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial secara lebih luas. Hubungan antara profitabilitas perusahaan telah menjadi postulat (anggapan dasar) untuk mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas

perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial (Bowman dan Haire, 1976 dan Preston, 1978, Hackston dan Milne, 1996 dalam Anggraini 2006).

Perusahaan yang mempunyai profitabilitas tinggi belum tentu banyak melakukan aktivitas sosial karena perusahaan lebih berorientasi pada laba semata. Hal ini juga disinyalir oleh Donovan (2000) yang menyatakan bahwa pada saat perusahaan memperoleh laba yang tinggi maka perusahaan merasa tidak perlu untuk mengungkapkan pengungkapan sosial karena perusahaan sudah memperoleh kesuksesan finansial. Sedangkan pada saat perusahaan memperoleh laba yang rendah, maka terdapat persepsi bahwa pengguna laporan senang untuk membaca berita baik (*good news*) tentang kinerja perusahaan dalam bidang sosial seperti kinerja lingkungan.

Penelitian yang terdahulu dilakukan oleh Hackston dan Milne (1996) dalam penelitiannya diperoleh hasil bahwa ROA tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Penelitian di Indonesia yang dilakukan oleh Rahma Yuliani (2003) yang dalam penelitiannya diperoleh hasil yang serupa dengan penelitian Hackston dan Milne yaitu bahwa ROA tidak berpengaruh terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan (CSR). Donovan dan Gibson (2000) dalam Hasibuan (2001) menyatakan berdasarkan teori legitimasi, salah satu argumen dalam hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial adalah ketika perusahaan memiliki laba yang tinggi, perusahaan tidak perlumelaporkan hal-hal yang mengganggu informasi tentang suksesnyakeuangan perusahaan. Sebaliknya pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca "*good news*" kinerja perusahaan. Misalnya dalam lingkup sosial, ketika investormembaca laporan

pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diharapkan mereka tetap berinvestasi di perusahaan tersebut.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H2 : Terdapat pengaruh tidak signifikan antara ROA terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

3). Pengaruh *leverage* dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur di Indonesia.

Teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio leverage yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi (Jensen & Meckling, 1976). Tambahan informasi diperlukan untuk menghilangkan keraguan pemegang obligasi terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur (Schipper, 1981 dalam Marwata, 2001 dan Meek, et al, 1995 dalam Fitriani, 2001). Oleh karena itu perusahaan dengan rasio leverage yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan ungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio leverage yang rendah.

Rasio leverage digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Oleh karena itu, perusahaan dengan rasio leverage yang tinggi mempunyai kewajiban lebih untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya.

Penelitian yang berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel ini antara lain adalah penelitian Belkoui & Karpik (1989). Akan tetapi tidak semua

peneliti mendukung hubungan leverage dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian yang tidak berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel ini ditemukan oleh Sembiring (2003).

Berdasarkan penjelasan di atas, maka Hipotesis dapat di rumuskan :

H3 : Terdapat pengaruh positif signifikan leverage terhadap pengungkapan tanggung jawab social.

4 Terdapat pengaruh OPM dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur di Indonesia.

Hossain dkk (2006) dalam penelitiannya tentang pengungkapan CSR di Bangladesh menemukan bukti bahwa faktor profitabilitas (dengan proksi *net profit margin*) mempunyai hubungan positif terhadap pengungkapan CSR. Faktor lain yang terbukti signifikan berpengaruh adalah tipe industri. Sementara variabel independen lainnya seperti *size*, *subsidiaries of multinational company*, dan *audit firm* tidak terbukti mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan hipotesi sebagai berikut:

H4 : Terdapat pengaruh positif *Operating Profit Margin* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial