

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

2.1.1 Indah Dewi Utami (2007)

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris apakah ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris; kepemilikan institusional, kepemilikan asing, dan umur perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Kepemilikan institusional, asing, dan umur tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Persamaan :

Teknis analisis data yang dipakai adalah uji regresi berganda dan memakai metode *purposive sampling* dalam pengumpulan sampel.

Perbedaan :

1. Periode waktu penelitian kali ini adalah tahun 2008 - 2010. Periode waktu penelitian Indah adalah tahun 2005 – 2007
2. Dari segi variabel yang digunakan.

2.1.2 Retno Anggraini (2006)

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengamati tingkat pengungkapan tentang akuntansi tanggung jawab sosial perusahaan dan memeriksa faktor-faktor penentu yang dianggap oleh perusahaan mengungkapkan akuntansi tanggung jawab sosial. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hampir semua perusahaan mengungkapkan kinerja ekonomi karena PSAK 57 telah diatur. Manajemen kepemilikan dan jenis industri dianggap oleh perusahaan untuk mengungkapkan akuntansi pertanggung jawaban sosial.

Persamaan :

1. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji regresi berganda.
2. Topik penelitian yang diambil adalah mengenai *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Perbedaan :

1. Periode waktu yang digunakan penelitian kali ini adalah tahun 2008 - 2010. Periode waktu yang digunakan dalam penelitian Retno Anggraini memakai periode waktu tahun 2002-2004.
2. Variabel penelitian kali ini adalah *size*, profitabilitas, *profile*, ukuran dewan komisaris, *leverage*, dan umur perusahaan. Variabel penelitian Retno adalah prosentase kepemilikan manajemen, tingkat *leverage*, biaya politis (*Size* dan Tipe Industri) dan profitabilitas.

2.1.3 Sembiring (2005)

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk meneliti mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR pada perusahaan di Indonesia. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa *size* perusahaan, *profile*, dan ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Tetapi untuk profitabilitas dan *leverage* gagal menunjukkan hasil yang signifikan.

Persamaan :

1. Topik yang dipakai yaitu mengenai pengungkapan CSR.
2. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda.

Perbedaan :

1. Variabel yang digunakan Sembiring adalah *size*, profitabilitas, *profile*, ukuran dewan komisaris, dan *leverage*. Dalam penelitian ini menggunakan variabel *size*, profitabilitas, *profile*, ukuran dewan komisaris, *leverage*, dan umur perusahaan.
2. Periode waktu penelitian kali ini adalah tahun 2008-2010. Periode waktu penelitian Sembiring adalah tahun 2002.

2.1.4 Dessy Amalia (2005)

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mungkin mempengaruhi luas pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan perusahaan. Dalam penelitian ini, pengukuran luas pengungkapan informasi pada laporan tahunan menggunakan daftar item pengungkapan yang dikembangkan oleh Botosan yang dibandingkan dengan pengungkapan laporan tahunan yang diatur

dalam Keputusan Ketua Bapepam No. Kep-38/PM/1996. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan 2 (dua) model penelitian yaitu model yang menggunakan indeks pengungkapan sukarela dengan pembobotan dan model yang menggunakan indeks pengungkapan tanpa pembobotan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa hanya ukuran perusahaan dan struktur kepemilikan yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap luas pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan perusahaan. Rasio leverage, basis perusahaan, umur perusahaan, perubahan laba terhadap ekuitas (ROE), dan rasio nilai pasar terhadap nilai buku ekuitas (PBV) terbukti tidak signifikan mempengaruhi luas pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan perusahaan.

Persamaan :

1. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji regresi berganda.
2. Topik penelitian keduanya sama, yaitu keduanya memakai topik penelitian mengenai *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Perbedaan :

1. Periode waktu penelitian kali ini adalah tahun 2008 - 2010. Periode waktu penelitian Dessy Amalia adalah tahun 2003.
2. Dari segi variabel yang digunakan

2.1.5 KOKUBU dan Eriko NASHIOKA (2001)

Penelitian ini meneliti mengenai praktik dari akuntansi lingkungan atau yang lebih berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)* di Jepang. Penelitian ini

dilakukan dikarenakan semakin banyaknya perusahaan yang berdiri di Jepang, oleh karena itu dirasa semakin perlunya CSR untuk diungkapkan.

Persamaan :

Topik penelitian yang diambil adalah mengenai CSR.

Perbedaan :

1. Antara penelitian yang dilakukan oleh KOKUBU dan penelitian kali ini berbeda dari segi variable yang digunakan.
2. Lokasi pengambilan sampel antara kedua penelitian ini juga berbeda. Penelitian KOKUBU mengambil lokasi tempat pengumpulan sampel di Jepang. Sedangkan penelitian kali ini mengambil tempat di Indonesia.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 *Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)*

Perusahaan memiliki kewajiban sosial atas apa yang terjadi di sekitar lingkungan masyarakat. Selain menggunakan dana dari pemegang saham, perusahaan juga menggunakan dana dari sumber daya lain yang berasal dari masyarakat (konsumen) sehingga hal yang wajar jika masyarakat mempunyai harapan tertentu terhadap perusahaan (Tengku Siti Sandra, 2010). *Corporate Social Responsibility* dalam bahasa Indonesia dikenal dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Pada intinya, diartikan sebagai upaya perusahaan untuk meningkatkan kepedulian terhadap masalah sosial dan lingkungan dalam kegiatan usaha dan juga pada cara perusahaan berinteraksi dengan stakeholder yang dilakukan secara sukarela. Selain itu, CSR diartikan pula sebagai komitmen bisnis

untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan dan masyarakat setempat (lokal) dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan (Lisna Untari, 2010).

Definisi CSR menurut Komisi Eropa adalah :

"Sebuah konsep dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan mereka secara sukarela."

Menurut *International Finance Corporation*, CSR didefinisikan sebagai:

"The commitment of business to contribute to sustainable economic development working with employees and their representatives the local community and large to improve quality of life, in that are both good for business and good for development".

Definisi tersebut dapat diartikan sebagai komitmen dunia bisnis untuk memberi kontribusi terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui kerjasama dengan karyawan, keluarga mereka, komunitas lokal dan masyarakat luas untuk meningkatkan kualitas kehidupan mereka melalui cara-cara yang baik bagi bisnis maupun pembangunan. Sedangkan menurut Untung (2008:1) dalam Ardilla Mahardhika Johan (2011) CSR merupakan komitmen perusahaan atau dunia usaha untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek sosial, ekonomis, dan lingkungan.

2.2.2 Pertanggung Jawaban Sosial dan Akuntansi Pertanggung Jawaban Sosial

Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). *Sustainability Reporting* meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan, dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi (ACCA, 2004, dalam Anggraini, 2006). *Sustainability report* harus menjadi dokumen strategik yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan, dan peluang. *Sustainability Development* yang membawanya menuju kepada *core business* dan sektor industrinya. Darwin (2004) dalam Anggraini (2006) mengatakan bahwa *Corporate Sustainability Reporting* terbagi menjadi 3 kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial. Sedangkan Zhegal & Ahmed (1990) dalam Anggraini (2006) mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan sosial perusahaan, yaitu sbb.:

1. Lingkungan, meliputi pengendalian terhadap polusi, pencegahan atau perbaikan terhadap kerusakan lingkungan, konservasi alam, dan pengungkapan lain yang berkaitan dengan lingkungan.
2. Energi, meliputi konservasi energi, efisiensi energi, dll.
3. Praktik bisnis yang wajar, meliputi, pemberdayaan terhadap minoritas dan perempuan, dukungan terhadap usaha minoritas, tanggung jawab sosial.

4. Sumber daya manusia, meliputi aktivitas di dalam suatu komunitas, dalam kaitan dengan pelayanan kesehatan, pendidikan dan seni.
5. Produk, meliputi keamanan, pengurangan polusi, dll.

Grey et al. (1995) dalam Anggraini (2006) mengatakan bahwa sifat dan volume pelaporan mengenai pertanggung jawaban sosial perusahaan bervariasi antar waktu dan antar negara, hal ini disebabkan isu-isu yang dipandang penting oleh satu negara mungkin akan menjadi kurang penting bagi negara lain. Lewis & Unerman (1999) dalam Anggraini (2006) mengatakan bahwa variasi pelaporan tersebut disebabkan oleh budaya atau norma yang berlaku pada masing-masing negara.

Akuntansi pertanggungjawaban sosial (*Social Responsibility Accounting*) didefinisikan sebagai proses seleksi variabel-variabel kinerja sosial tingkat perusahaan, ukuran dan prosedur pengukuran, yang secara sistematis mengembangkan informasi yang bermanfaat untuk mengevaluasi kinerja sosial perusahaan dan mengkomunikasikan informasi tersebut kepada kelompok sosial yang tertarik, baik di dalam maupun di luar perusahaan. Akuntansi pertanggungjawaban sosial dapat memberikan informasi mengenai sejauh mana organisasi atau perusahaan memberikan kontribusi positif maupun negatif terhadap kualitas hidup manusia dan lingkungannya [Belkaoui (2000) dalam Komar (2004)].

2.2.3 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Pengungkapan (*disclosure*) didefinisikan sebagai penyediaan sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian optimal pasar modal secara efisien (Hendriksen, 1996). Dalam interpretasi yang lebih luas, pengungkapan terkait dengan informasi baik yang terdapat dalam laporan keuangan maupun komunikasi tambahan (*supplementary communication*) yang terdiri dari catatan kaki, informasi tentang kejadian setelah tanggal laporan, analisis manajemen atas operasi perusahaan di masa datang, prakiraan keuangan operasi, serta informasi lainnya [(Wolk dan Tearney dalam Widiastuti, 2000) dalam Sitepu, 2009].

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting* (Mathews, 1995) dalam Eddy Rismanda Sembiring (2005) atau *corporate social disclosure* (Hackston dan Milne, 1996) merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Hal tersebut memperluas tanggung jawab organisasi (khususnya perusahaan), di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham. Alasan utama mengapa suatu pengungkapan diperlukan adalah agar pihak investor dapat melakukan suatu *informed decision* dalam pengambilan keputusan investasi. Berkaitan dengan keputusan investasi, investor memerlukan tambahan informasi yang tidak hanya informasi tambahan tapi juga informasi non keuangan. Informasi non keuangan

tersebut dapat diungkapkan dalam laporan tahunan (*annual report*) perusahaan (Tengku Siti Sandra, 2010).

Menurut Gray *et. al.*, (1995b) 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.

2.2.4 Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, perusahaan berfokus pada tiga hal, antara lain profit, lingkungan dan masyarakat. Dengan diperolehnya laba, perusahaan dapat memberikan deviden bagi pemegang saham, mengalokasikan laba yang diperoleh guna membiayai pertumbuhan dan pengembangan usaha dimasa depan, serta membayar kewajiban pajak bagi pemerintah. Dengan lebih banyak memberikan perhatian terhadap lingkungan

sekitar, perusahaan turut berpartisipasi terhadap usaha pelestarian lingkungan dan pemenuhan kesejahteraan masyarakat. Konsumen akan lebih loyal terhadap produk - produk yang dihasilkan perusahaan yang konsisten menjalankan CSR sehingga memiliki reputasi yang baik (Susanto, 2007:31) dalam Ardilla Mahardhika Johan (2011). Dari sisi perusahaan, terdapat beberapa manfaat yang diperoleh dari aktivitas CSR, antara lain:

1. Mengurangi risiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima perusahaan.
2. CSR dapat berfungsi sebagai pelindung dan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang disebabkan suatu krisis.
3. Keterlibatan dan kebanggaan karyawan. Karyawan akan merasa bangga bekerja pada perusahaan yang mempunyai reputasi baik, yang secara berkelanjutan melakukan upaya untuk meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitarnya.
4. CSR yang dilaksanakan secara berkelanjutan akan mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan para *stakeholdernya*.
5. Meningkatkan penjualan. Konsumen akan lebih loyal terhadap produk-produk yang dihasilkan perusahaan yang melaksanakan tanggung jawab sosialnya secara berkelanjutan sehingga memiliki reputasi yang baik.

Kotler dan Lee (2005) menyatakan bahwa partisipasi perusahaan dalam berbagai bentuk tanggung jawab sosial dapat memberikan banyak manfaat bagi perusahaan, antara lain :

1. meningkatkan penjualan dan *market share*

2. memperkuat *brand positioning*
3. meningkatkan *image* dan pengaruh perusahaan,
4. meningkatkan kemampuan untuk menarik hati, memotivasi, dan mempertahankan (*retain*) karyawan
5. menurunkan biaya operasional
6. meningkatkan hasrat bagi investor untuk berinvestasi.

2.2.5 Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

1. *Size*

Size perusahaan merupakan variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan yang dibuat. *Size* perusahaan seringkali diaitkan dengan luasnya pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan. Menurut ukurannya, perusahaan dibagi menjadi dua yaitu perusahaan besar dan perusahaan kecil. Ukuran tersebut menggambarkan besarnya aset yang dimiliki perusahaan. Berdasarkan teori agensi, perusahaan yang besar memiliki biaya yang lebih besar daripada perusahaan yang kecil (Marwata, 2001), oleh karena itu perusahaan yang besar akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak sebagai upaya untuk mengurangi biaya keagenan tersebut.

Perusahaan yang memiliki sumber daya yang relatif kecil tidak akan melakukan pengungkapan seluas perusahaan besar. Perusahaan yang kecil tentu saja mengalami persaingan yang lebih ketat dengan para kompetitornya. Apabila perusahaan tersebut mengungkapkan informasi terlalu

banyak mengenai hal-hal yang bersifat internal kepada *stakeholder*, justru akan membahayakan keberlangsungan perusahaan itu sendiri.

Pengukuran terhadap ukuran perusahaan, dapat dilakukan dengan berbagai alat ukur antara lain : jumlah tenaga kerja, total assets, dan volume penjualan (Eddy Rismanda Sembiring, 2005). Pada penelitian yang dilakukan oleh Eddy Rismanda Sembiring tahun 2005 menunjukkan hasil yang positif signifikan atas pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

2. Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, asset, dan modal saham tertentu (Mamduh, 2003 : 83). Rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan profitabilitas perusahaan diyakini mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial yang sama dengan yang dilakukan pihak manajemen untuk membuat perusahaan memperoleh keuntungan [(Browman dan Haire (1976) dalam Sitepu (2008)]. Semakin tinggi tingkat profitabilitas, semakin rinci pula informasi yang diberikan oleh manajer sebab pihak manajemen ingin meyakinkan investor tentang profitabilitas perusahaan dan kompensasi terhadap manajer.

Disisi lain, menurut teori legitimasi bahwa ketika laba memiliki laba yang tinggi perusahaan (manajemen) menganggap bahwa tidak perlu melaporkan hal – hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Ada banyak cara yang dapat digunakan untuk menghitung rasio profitabilitas. Diantaranya, rasio margin laba kotor; rasio margin laba bersih; rasio pengembalian aktiva; rasio pengembalian atas ekuitas; *earnings per share (EPS)*; *basic earning point*; *contribution margin*; dan *productivity ratio*. Konsisten dengan penelitian Sembiring (2005), penelitian kali ini menggunakan *earning per share (EPS)* untuk menghitung profitabilitas perusahaan.

3. Profile

Profile perusahaan diukur dari tipe industri. Tipe industri secara tidak langsung menggambarkan sejauh mana keterkaitan perusahaan dengan sumber daya alam sebagai bahan baku dalam proses produksinya. Perusahaan yang berkaitan langsung dengan sumber daya alam cenderung lebih berpengaruh terhadap lingkungan. Tipe industri sendiri dibagi menjadi dua, yaitu kelompok industri *high – profile* dan kelompok industri *low – profile*. Menurut Robert dalam Hackston & Milne (1996), industri *high – profile* didefinisikan sebagai perusahaan yang memiliki *customer visibility*, tingkat risiko politik, dan tingkat kompensasi yang tinggi. Perusahaan tipe *high – profile* ini tergolong perusahaan yang sensitif terhadap kebutuhan konsumen dan pihak lain yang berkepentingan terhadap produk perusahaan. Menurut

Muhammad Muslim Utomo (2000), yang tergolong perusahaan *high – profile* antara lain : perminyakan dan pertambangan, kimia, hutan, kertas, otomotif, penerbangan, agrobisnis, tembakau dan rokok, makanan dan minuman, media dan komunikasi, energi (listrik), kesehatan, transportasi dan pariwisata.

Sedangkan perusahaan tipe *low – profile* adalah perusahaan yang cenderung tidak terlalu mendapat sorotan dari masyarakat dan akan lebih ditoleransi oleh masyarakat jika melakukan kesalahan (Diana Zuhroh, 2003). Perusahaan yang tergolong *low – profile* meliputi : bangunan, keuangan dan perbankan, supplier peralatan medis, properti, retailer, tekstil dan produk tekstil, produk personal dan produk rumah tangga (Muhammad Muslim Utomo, 2000).

4. Ukuran Dewan Komisaris

Dewan Komisaris merupakan mekanisme pengendalian intern tertinggi yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak. Komposisi individu yang bekerja sebagai anggota dewan komisaris merupakan hal penting dalam memonitor aktivitas manajemen secara efektif (Fama dan Jensen, 1983, dalam Sitepu, 2008). Ukuran dewan komisaris dapat juga menjadi penentu dilakukannya suatu tanggung jawab sosial oleh perusahaan. Dewan Komisaris terdiri dari *inside* dan *outside director* yang akan memiliki akses informasi khusus yang berharga dan sangat membantu dewan komisaris serta menjadikannya sebagai alat efektif dalam keputusan pengendalian. Sedangkan fungsi dewan komisaris itu sendiri adalah untuk

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).

Konsisten dengan penelitian Beasley (2000) dalam Eddy Rismanda Sembiring (2005), penelitian ini dalam menentukan ukuran dewan komisaris dilakukan dengan melihat informasi mengenai jumlah anggota dewan komisaris perusahaan.

5. *Leverage*

Tingkat *leverage* adalah untuk melihat kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan semua kewajibannya kepada pihak lain. Perusahaan yang mempunyai proporsi hutang yang lebih banyak dalam struktur permodalannya akan mempunyai biaya keagenan yang lebih besar. Oleh karena itu, perusahaan yang mempunyai *leverage* tinggi mempunyai kewajiban lebih untuk memenuhi kebutuhan informasi kreditornya (Suripto, dalam Amalia, 2005). Semakin tinggi *leverage*, besar kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian kredit, sehingga perusahaan akan berusaha melaporkan laba sekarang lebih tinggi (Belkaoui dan Karpik, 1989), supaya laba yang dilaporkan tinggi maka manajer harus mengurangi biaya – biaya (termasuk biaya untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial). Menurut Belkaoui dan Karpik (1989) keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan

pendapatan. Sesuai dengan teori agensi, maka manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar menjadi sorotan dari para *debtholders*.

6. Umur Perusahaan

Umur perusahaan juga merupakan faktor yang mempengaruhi kinerja perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. 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. Disamping itu, umur perusahaan dapat menunjukkan kemampuan dalam keunggulan berkompetisi. Dengan demikian semakin lama perusahaan berdiri kian menunjukkan eksistensinya dalam lingkungannya dan makin bisa meningkatkan kepercayaan investor (Lisna Untari, 2010).

Umur perusahaan diperkirakan mempunyai hubungan yang positif dengan kualitas pengungkapan sukarela. Alasan yang mendasarinya adalah bahwa perusahaan yang berumur lebih tua mungkin lebih mengerti informasi – informasi apa saja yang sebaiknya diungkapkan dalam laporan tahunan. Sehingga perusahaan hanya akan mengungkapkan informasi – informasi yang akan memberikan pengaruh yang positif terhadap perusahaan (Marpaung, 2009). Perusahaan yang memiliki pengalaman lebih banyak akan lebih mengetahui kebutuhan konstituennya akan informasi tentang perusahaan. Ada beberapa cara untuk menghitung umur perusahaan. Diantaranya, dengan

rumus; periode waktu yang digunakan – *first issue*, menghitung lama perusahaan berdiri (sejak perusahaan berdiri hingga perusahaan tersebut dijadikan sampel). Konsisten dengan penelitian Indah Dewi Utami (2007), dalam menentukan umur perusahaan dilakukan dengan cara menghitung sejak perusahaan berdiri hingga perusahaan dijadikan sampel.

2.2.6 Pengaruh *Size* Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

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. Akan tetapi, tidak semua penelitian mendukung hubungan antara *size* perusahaan dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian yang tidak berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel ini seperti yang disebutkan dalam Hackston dan Milne (1996) antara lain Roberts (1992), Sigh dan Ahuja (1983).

Davey (1982) dan Ng (1985) dalam Eddy Rismanda Sembiring (2005) juga tidak menemukan hubungan antara variabel ini dan hal tersebut menurut Guthrie dan Mathews (1985) dalam Eddy Rismanda Sembiring (2005) mungkin disebabkan oleh rendahnya jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian

tersebut. Penelitian yang berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel ini antara lain Belkaoui dan Karpik (1989), Adam *et. al.*, (1995, 1998), Hackston dan Milne (1996), Kokubu *et. al.*, (2001), Hasibuan (2001) dan Gray *et. al.*, (2001). Secara umum, menurut Gray *et. al.*, (2001), kebanyakan penelitian yang dilakukan mendukung hubungan antara *size* perusahaan dengan tanggung jawab sosial perusahaan.

2.2.7 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Penelitian ilmiah terhadap hubungan profitabilitas dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan memperlihatkan hasil yang sangat beragam. Akan tetapi Donovan dan Gibson (2000) dalam Eddy Rismanda Sembiring (2005) menyatakan bahwa berdasarkan teori legitimasi, salah satu argumen dalam hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial adalah bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Sebaliknya, pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca “*good news*” kinerja perusahaan, misalnya dalam lingkup sosial, dan dengan demikian investor akan tetap berinvestasi di perusahaan tersebut. Penelitian yang dilakukan Bowman dan Haire (1976) dan Preston (1978) dalam Hackston dan Milne (1996) mendukung adanya hubungan profitabilitas dengan pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan penelitian yang dilakukan

Hackston dan Milne (1996); Belkaoui dan Karpik (1989); Sembiring (2005) dan Anggraeni (2006) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

2.2.8 Pengaruh *Profile* Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Tipe industri secara tidak langsung menggambarkan sejauh mana keterkaitan perusahaan dengan sumber daya alam sebagai bahan baku dalam proses produksinya. Perusahaan yang berkaitan langsung dengan sumber daya alam cenderung lebih berpengaruh terhadap lingkungan. Hasil signifikan diperoleh dalam penelitian Yuningsih (2003) dan Sembiring (2005) yang mengelompokkan industri ke dalam industri *high profile* dan *low profile*. Hal tersebut dikarenakan perusahaan yang bertipe *high profile* dalam melakukan aktivitasnya banyak memodifikasi lingkungan dan menimbulkan dampak sosial yang negatif terhadap masyarakat, atau secara luas terhadap *stakeholdernya*.

Penelitian yang berkaitan dengan *profile* perusahaan kebanyakan mendukung bahwa industri *high-profile* mengungkapkan informasi tentang tanggung jawab sosialnya lebih banyak dari industri *low-profile*. Penelitian yang mendukung hubungan tersebut antara lain Hackston dan Milne (1996), Utomo (2000), Kokubu *et. al.*, (2001), Henny dan Murtanto (2001) dan Hasibuan (2001). Penelitian ini akan mencoba menguji kembali pengaruh *profile* perusahaan terhadap praktek pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2.2.9 Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Ukuran Dewan Komisaris disini adalah diasumsikan mengenai jumlah anggota dewan komisaris yang ada di dalam perusahaan, khususnya disini adalah dalam perusahaan manufaktur yang menjadi subjek penelitian. Dari beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya menunjukkan hasil yang beragam mengenai pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan sedikit banyak dari penelitian-penelitian tersebut menyatakan ada pengaruh antara ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Salah satunya yaitu menurut Coller dan Gregory (1999) dalam Eddy Rismanda Sembiring (2005) menyatakan bahwa berkaitan dengan ukuran dewan komisaris, semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya.

2.2.10 Pengaruh *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Penyedia utama pendanaan perusahaan ikut berpengaruh terhadap kebijakan pengungkapan perusahaan baik itu pemegang saham maupun *debtholder*. Perjanjian terbatas seperti perjanjian hutang yang tergambar dalam tingkat *leverage* dimaksudkan membatasi kemampuan manajemen untuk

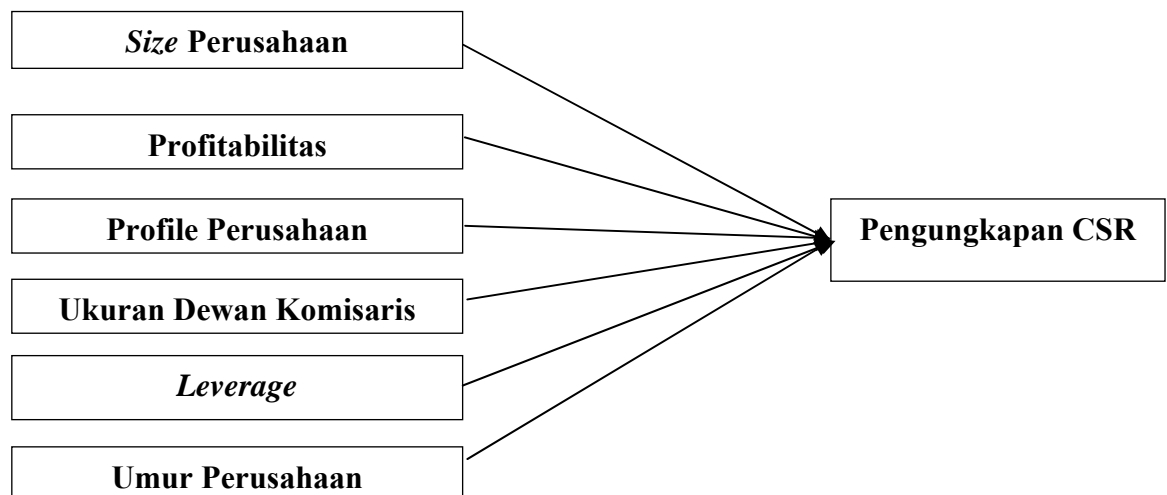
menciptakan transfer kekayaan antar pemegang saham dan pemegang obligasi (Jensen dan Meckling, 1976; Smith dan Warner, 1979 dalam Belkaoui dan Karpik, 1989). Menurut Belkaoui dan Karpik (1989) keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan. Sesuai dengan teori agensi maka manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*. Hasil penelitiannya menunjukkan *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2.2.11 Pengaruh Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Sri Utami (2008) mengatakan bahwa umur perusahaan juga menunjukkan seberapa lama perusahaan tersebut mampu bertahan. Umur perusahaan diperkirakan memiliki hubungan yang positif dengan kualitas ungkapan sukarela. Hal ini dapat dikaitkan dengan teori legitimasi. Menurut teori ini, legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan perusahaan dari masyarakat. Semakin lama perusahaan maka semakin banyak informasi yang telah diperoleh masyarakat tentang perusahaan tersebut. Dengan demikian legitimasi dapat dikatakan sebagai manfaat atau sumber potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin lama perusahaan dapat bertahan, maka perusahaan semakin mengungkapkan informasi sosialnya sebagai

bentuk tanggung jawabnya agar dapat diterima di masyarakat. Beberapa penelitian mengenai pengaruh umur perusahaan dengan pengungkapan CSR menunjukkan hasil yang berbeda. Penelitian yang dilakukan Susanto (1992) dalam Amalia (2005) menunjukkan ada pengaruh yang signifikan antara umur perusahaan dengan pengungkapan sosial perusahaan. Namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Marwata (2001), Amalia (2005), dan Marpaung (2009). Widiastuti (2002) dalam Nofandrilla (2008) menyatakan bahwa umur perusahaan dapat menunjukkan bahwa perusahaan tetap eksis dan mampu. Dengan demikian, umur perusahaan dapat dikaitkan dengan kinerja keuangan perusahaan.

2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

H₁ : ada pengaruh antara size terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan perusahaan manufaktur.

H₂ : ada pengaruh antara profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan perusahaan manufaktur.

H₃ : ada pengaruh antara profile perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan perusahaan manufaktur.

H₄ : ada pengaruh antara ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan perusahaan manufaktur.

H₅ : ada pengaruh antara leverage terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan perusahaan manufaktur.

H₆ : ada pengaruh antara umur perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan perusahaan manufaktur