

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang membahas mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Penelitian yang dilakukan pada saat ini mengacu pada penelitian – penelitian terdahulu. Berikut ini akan diuraikan beberapa penelitian terdahulu beserta persamaan dan perbedaannya yang mendukung penelitian ini:

2.1.1 Edwin Mirfazli dan Nurdiono (2007)

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris tentang jumlah pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan dalam kelompok aneka industri baik *high profile* maupun *low profile* serta untuk mengetahui apakah perbedaan tipe kelompok perusahaan mempengaruhi jumlah pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan. Hasil dari penelitian tersebut membuktikan bahwa terdapat perbedaan yang cukup signifikan dalam penyajian jumlah pengungkapan sosial seluruh tema antara perusahaan dengan kelompok aneka industri high profile dengan perusahaan dalam kelompok aneka industri low profile.

Persamaan dengan penelitian ini adalah:

1. Penelitian oleh Mirfazli dan Nurdiono meneliti tentang pengaruh pengungkapan CSR dalam perusahaan dan data yang berasal dari *Indonesian Capital Market Directory (ICMD)*

Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian oleh Edwin Mirfazli dan Nurdiono adalah:

1. Peneliti terdahulu meneliti pengungkapan CSR yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan dalam kelompok Aneka Industry baik *high profile* maupun *low profile* serta untuk mengetahui apakah perbedaan tipe kelompok perusahaan mempengaruhi jumlah pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan sedangkan pada penelitian kali ini menggunakan lebih dari satu variabel independen.
2. Tahun penelitian ini tidak menggunakan satu tahun penelitian yaitu tahun 2004, tetapi menggunakan tiga tahun penelitian yaitu tahun 2007 – 2009.

2.1.2 Eddy Rismanda Sembiring (2005)

Penelitian ini menganalisa faktor - faktor yang mungkin mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab perusahaan dengan menggunakan level signifikasi oleh ukuran perusahaan. Sedangkan jika menggunakan level signifikasi 10% dipengaruhi secara signifikan oleh *earning per share*, ukuran perusahaan, presentase kepemilikan saham oleh publik dan leverage perusahaan.

Persamaan dengan penelitian terdahulu adalah:

1. Meneliti tentang pengaruh pengungkapan CSR dalam perusahaan dan data yang berasal dari *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD)

Perbedaan dengan peneliti terdahulu adalah:

1. Penelitian ini menguji pengaruh dari size perusahaan, ukuran dewan komisaris, kepemilikan manajemen, kepemilikan publik, *profitabilitas*, *earning per share* dan variabel *financial leverage* terhadap *corporate social responsibility*
2. Tahun penelitian ini tidak menggunakan satu tahun penelitian yaitu tahun 2002, tetapi menggunakan tiga tahun penelitian yaitu tahun 2007 – 2009.

2.1.3 Fr. Reni Retno Anggraini (2006)

Penelitian Fr. Retno Anggraini berjudul “ pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan – Perusahaan yang Terdaftar Bursa Efek Indonesia). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana perusahaan menunjukkan tanggung jawabnya terhadap kepentingan sosial dengan memberikan informasi sosial serta faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan perusahaan untuk mengungkapkan informasi sosial di dalam laporan keuangan tahunan pada perusahaan – perusahaan di Indonesia. Populasi penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang *go public* di BEJ selama kurun waktu 2000 – 2004 yang kemudian dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling* sebagai sampelnya. Jumlah sampel yang diperoleh sebanyak

1188 perusahaan yang dinilai berdasarkan tiga aspek yaitu: kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial. Sampel yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan metode statistik regresi berganda.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa hampir semua perusahaan mengungkapkan kinerja ekonominya. Sedangkan pada perusahaan perbankan dan asuransi lebih dari 50% mengungkapkan informasi mengenai pengembangan sumber daya manusianya dibandingkan dengan industri yang lain dan perusahaan dengan kepemilikan manajemen yang lebih besar dan termasuk dalam industri *high profile* cenderung mengungkapkan informasi yang lebih banyak dibandingkan perusahaan lain.

Persamaan dengan penelitian terdahulu adalah:

1. Untuk menguji faktor – faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan
2. Sumber data yang diperoleh berasal dari *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD)

Perbedaan dengan penelitian terdahulu:

1. Pada penelitian saat ini apakah size perusahaan, ukuran dewan komisaris, kepemilikan manajemen, kepemilikan publik, *profitabilitas*, *earning per share*, dan variabel *financial leverage* mempengaruhi *corporate social responsibility* sedang pada penelitian terdahulu hanya mengukur aspek kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial saja.

2. Pada penelitian yang sekarang tahun pengamatannya adalah tahun 2007 - 2009 sedangkan pada penelitian terdahulu tahun pengamatannya adalah tahun 2000 – 2004
3. Perusahaan yang dijadikan objek penelitian sekarang adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan yang memiliki saham LQ 45 sedangkan pada penelitian terdahulu perusahaan yang digunakan adalah perusahaan *go public* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2.1.4 Anna Marina

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kegunaan Akuntansi pertanggungjawaban sosial dalam praktek di Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. IAI belum mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan informasi sosial terutama informasi mengenai tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan, akibatnya yang terjadi di dalam praktik perusahaan hanya dengan sukarela mengungkapkannya. Perusahaan akan mempertimbangkan biaya dan manfaat yang akan diperoleh ketika mereka memutuskan untuk mengungkapkan informasi sosial. Bila manfaat yang akan diperoleh dengan pengungkapan informasi tersebut lebih besar dibandingkan biaya yang dikeluarkan untuk mengungkapkannya maka perusahaan akan dengan sukarela mengungkapkan informasi tersebut.

Persamaan dengan penelitian terdahulu adalah:

1. Meneliti tentang pengaruh pengungkapan CSR dalam perusahaan dan data

yang berasal dari *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD)

2. Untuk menguji faktor – faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Perbedaan dengan penelitian terdahulu adalah:

1. Dalam penelitian Anna Marina hanya mempertimbangkan biaya dan manfaat yang diperoleh perusahaan sedangkan dalam penelitian kali ini menampilkan variabel–variabel apa sajakah yang mempengaruhi perusahaan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* seperti size perusahaan, ukuran dewan komisaris, kepemilikan manajemen, kepemilikan publik, *profitabilitas*, *earning per share*, dan variabel *finacial leverage*.

2.1.5 Andre Christian Sitepu dan Hasan Sakti Siregar

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor – faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi sosial dalam laporan tahunan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Perusahaan diharapkan tidak hanya mementingkan kepentingan manajemen dan pemilik modal (investor dan kreditor) tetapi juga karyawan, konsumen serta masyarakat. 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 yang menuntut diungkapkannya informasi pertanggungjawaban sosial oleh perusahaan.

Persamaan dengan penelitian terdahulu adalah:

1. Meneliti tentang pengaruh pengungkapan CSR dalam perusahaan dan data yang berasal dari *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD)
2. Untuk menguji faktor – faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Christian Sitepu dan Hasan Sakti Siregar adalah:

1. Dalam penelitian Andre Christian Sitepu dan Hasan Sakti Siregar tidak adanya variable – variabel yang diungkapkan atau faktor – faktor yang mempengaruhi perusahaan melakukan *Corporate Social Responsibility* sedangkan penelitian kali ini menggunakan variabel independen seperti Size Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Publik, *Profitabilitas*, *earning per share* dan *financial leverage*.

2.2 Landasan Teori

Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Darwin, 2004). 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)]. Standar akuntansi keuangan di Indonesia belum mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan informasi sosial terutama informasi mengenai tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan, akibatnya yang terjadi di dalam praktik perusahaan hanya dengan sukarela mengungkapkannya.

Perusahaan akan mempertimbangkan biaya dan manfaat yang akan diperoleh ketika mereka memutuskan untuk mengungkapkan informasi sosial. Bila manfaat yang akan diperoleh dengan pengungkapan informasi tersebut lebih besar dibandingkan biaya yang dikeluarkan untuk mengungkapkannya maka perusahaan akan dengan sukarela mengungkapkan informasi tersebut. Belkaoui (1989) menemukan hasil:

(1) Pengungkapan sosial mempunyai hubungan yang positif dengan kinerja sosial perusahaan yang berarti bahwa perusahaan yang melakukan aktivitas sosial akan mengungkapkannya dalam laporan sosial.

(2) Ada hubungan positif antara pengungkapan sosial dengan visibilitas politis, dimana perusahaan besar yang cenderung diawasi akan lebih banyak mengungkapkan informasi sosial dibandingkan perusahaan kecil.

(3) Ada hubungan negatif antara pengungkapan sosial dengan tingkat *financial leverage*, hal ini berarti semakin tinggi rasio utang/modal semakin rendah pengungkapan sosialnya karena semakin tinggi tingkat *leverage* maka semakin besar kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian kredit, sehingga perusahaan harus menyajikan laba yang lebih tinggi pada saat sekarang dibandingkan laba di masa depan. Supaya perusahaan dapat menyajikan laba yang lebih tinggi, maka perusahaan harus mengurangi biaya-biaya (termasuk biaya-biaya untuk mengungkapkan informasi sosial).

Eipstein & Freedman (1994) menemukan bahwa investor individual tertarik terhadap informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan keuangan. Informasi tersebut berupa keamanan dan kualitas produk serta aktivitas lingkungan. Selain itu mereka menginginkan informasi mengenai etika, hubungan dengan karyawan dan masyarakat. Hackston & Milne (1996) menyajikan bukti empiris mengenai praktik pengungkapan lingkungan dan sosial pada perusahaan-perusahaan di New Zealand serta menguji beberapa hubungan potensial antara karakteristik perusahaan dengan pengungkapan sosial dan lingkungan.

Hasil penelitian menunjukkan adanya konsistensi penelitiannya dengan penelitian yang sudah dilakukan di negara lain, ukuran perusahaan dan industri berhubungan dengan jumlah pengungkapan sedangkan profitabilitas tidak. Interaksi antara ukuran perusahaan dan industri menunjukkan hasil bahwa terdapat hubungan yang lebih kuat antara perusahaan dalam industri yang *high profile* dibandingkan dengan industri yang *low-profile*.

Pasar modal merupakan media yang memungkinkan para pemodal mempunyai berbagai pilihan investasi yang sesuai dengan preferensi risiko oleh karena itu sebelum memutuskan untuk melakukan investasi investor perlu memastikan bahwa investasi yang dilakukan terjamin keselamatannya di antaranya dapat dilihat dari kinerja dan keberlangsungan perusahaan tempat investasi. Investor memerlukan informasi yang jelas, pasti dan tepat waktu sebagai dasar pengambilan keputusan investasinya. Suatu informasi dianggap informatif atau memiliki nilai jika informasi tersebut mampu mengubah kepercayaan investor. Informasi yang baru akan membentuk suatu kepercayaan baru di kalangan investor, yang nantinya akan mengubah harga dan volume perdagangan surat berharga melalui *supply* dan *demand*-nya.

Dalam penelitian akuntansi dibutuhkan penelitian terhadap hubungan bisnis dan masyarakat dalam rangka untuk mendefinisikan kembali peran dan tugas perusahaan dari ekonomi murni menuju ke institusi ekonomi sosial (Lewis, 1999). Lewis (1999) mengatakan perlunya paradigma sosial-ekonomi untuk menganalisis pemilihan praktik akuntansi oleh manajemen. perlunya pertimbangan terhadap faktor tanggung jawab sosial perusahaan ketika kita melakukan pengujian terhadap teori akuntansi positif (*positive accounting theory*). Dengan analisis ini maka akan dapat membantu manajemen memahami respon mereka terhadap masalah-masalah sosial-ekonomi dan hubungannya dengan nilai perusahaan.

Pemilihan kebijakan akuntansi oleh manajer dapat dijelaskan dengan menggunakan teori keagenan dari Hill & Jones (1992). Mereka mengatakan

bahwa hubungan keagenan merupakan suatu kontrak antara satu atau lebih orang (prinsipal) yang menghendaki orang lain (manajer) untuk melaksanakan jasa dengan cara mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada agen di dalam hubungan keagenan, terdapat 3 faktor yang mempengaruhi yaitu:

1. Biaya Pengawasan (*monitoring costs*)
2. Biaya Kontrak (*contracting costs*) dan
3. Visibilitas Politis.

Perusahaan yang menghadapi biaya pengawasan dan kontrak yang tinggi cenderung akan memilih metode akuntansi yang dapat meningkatkan laba yang dilaporkan, dan perusahaan yang menghadapi visibilitas politis yang tinggi cenderung akan memilih metode dan teknik akuntansi yang dapat melaporkan laba menjadi lebih rendah. Perusahaan melakukan pengungkapan informasi sosial dengan tujuan untuk membangun *image* pada perusahaan dan mendapatkan perhatian dari masyarakat. Perusahaan memerlukan biaya dalam rangka untuk memberikan informasi sosial, sehingga laba yang dilaporkan dalam tahun berjalan menjadi lebih rendah. Ketika perusahaan menghadapi biaya kontrak dan biaya pengawasan yang rendah dan visibilitas politis yang tinggi akan cenderung untuk mengungkapkan informasi sosial, jadi pengungkapan informasi sosial berhubungan positif dengan kinerja sosial, kinerja ekonomi dan visibilitas politis dan berhubungan negatif dengan biaya kontrak dan pengawasan [Belkaoui & Karpik (1989)]. 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 keikutsertaanya 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. Berdasarkan teori keagenan, perusahaan yang menghadapi biaya kontrak dan biaya pengawasan yang rendah cenderung akan melaporkan laba lebih rendah atau dengan kata lain akan mengeluarkan biaya-biaya untuk kepentingan manajemen (salah satunya biaya yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat).

Konflik kepentingan antara manajer dengan pemilik menjadi semakin besar ketika kepemilikan manajer terhadap perusahaan semakin kecil. Dalam hal ini manajer akan berusaha untuk memaksimalkan kepentingan dirinya dibandingkan kepentingan perusahaan. Sebaliknya semakin besar kepemilikan manajer di dalam perusahaan maka semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan, dengan kata lain biaya kontrak dan pengawasan menjadi rendah. Manajer perusahaan akan mengungkapkan informasi sosial dalam rangka untuk meningkatkan *image* perusahaan, meskipun ia harus

mengorbankan sumber daya untuk aktivitas tersebut. 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 (Hill & Jones, 1992). 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)] Oleh karena itu perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan ungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah.

Semakin tinggi *leverage*, kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba di masa depan. Dengan laba yang dilaporkan lebih tinggi akan mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang. Manajer akan memilih metode akuntansi yang akan memaksimalkan laba sekarang. Kontrak utang biasanya berisi tentang ketentuan bahwa perusahaan harus menjaga tingkat *leverage* tertentu (rasio utang/ekuitas), *interest coverage*, modal kerja dan ekuitas pemegang saham [Watt & Zimmerman (1990) dalam Lewis (1999)]. Oleh karena itu semakin tinggi tingkat *leverage* (rasio utang/ekuitas) semakin besar kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi [Belkaoui & Karpik (1989)]. Supaya laba yang dilaporkan tinggi maka manajer harus mengurangi biaya-biaya (termasuk biaya untuk mengungkapkan informasi sosial). Semakin besar biaya politis yang

dihadapi oleh perusahaan, maka manajer akan memilih prosedur akuntansi yang dapat menghasilkan laba sekarang lebih rendah dibandingkan laba masa depan. Dengan demikian semakin tinggi biaya politis yang dihadapi perusahaan maka perusahaan akan semakin banyak mengeluarkan biaya untuk mengungkapkan informasi sosial sehingga laba yang dilaporkan menjadi lebih rendah [Watt & Zimmerman (1990) dalam Lewis (1999)].

Perusahaan yang besar cenderung mempunyai biaya politis yang besar dibandingkan perusahaan kecil. Perusahaan besar cenderung akan memberikan informasi laba sekarang lebih rendah dibandingkan perusahaan kecil, sehingga perusahaan besar cenderung akan mengeluarkan biaya untuk pengungkapan informasi sosial yang lebih besar dibandingkan perusahaan kecil. Ukuran perusahaan dapat diproksikan dari nilai kapitalisasi pasar, total asset, log penjualan, dan sebagainya. Perusahaan yang termasuk dalam industri yang *high-profile* akan memberikan informasi sosial lebih banyak dibandingkan perusahaan yang *low-profile*. Roberts (1992) dalam Hackston & Milne (1996) mendefinisikan industri yang *high-profile* adalah industri yang memiliki visibilitas konsumen, risiko politis yang tinggi, atau menghadapi persaingan yang tinggi. Preston (1977) dalam Hackston & Milne (1996) mengatakan bahwa perusahaan yang memiliki aktivitas ekonomi yang memodifikasi lingkungan, seperti industri ekstraktif, lebih mungkin mengungkapkan informasi mengenai dampak lingkungan dibandingkan industri yang lain. Cowen, et al. (1987) dalam Hackston & Milne (1996) mengatakan bahwa perusahaan yang berorientasi pada konsumen diperkirakan akan memberikan informasi mengenai pertanggungjawaban sosial karena hal ini

akan meningkatkan *image* perusahaan dan mempengaruhi penjualan. Klasifikasi tipe industri oleh banyak peneliti sifatnya sangat subyektif dan berbeda-beda. Roberts (1992) dalam Hackston & Milne (1996) mengelompokkan perusahaan otomotif, penerbangan dan minyak sebagai industri yang *high-profile*. Sedangkan Diekers & Perston (1977) dalam Hackston & Milne (1996) mengatakan bahwa industri ekstraktif merupakan industri yang *high-profile*. Patten (1991) dalam Hackston & Milne (1996) mengelompokkan industri pertambangan, kimia dan kehutanan sebagai industri yang *high-profile*.

Atas dasar pengelompokan di atas, penelitian ini kemudian mengelompokkan industri konstruksi, pertambangan, pertanian, kehutanan, perikanan, kimia, otomotif, barang konsumsi, makanan dan minuman, kertas, farmasi dan plastik sebagai industri yang *high-profile*. Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham [Heinze (1976) dalam Hackston & Milne (1996)]. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial [Bowman & Haire (1976) dan Preston (1978) dalam Hackston & Milne (1996)]. Hackston & Milne (1996) menemukan tidak ada hubungan yang signifikan antara tingkat profitabilitas dengan pengungkapan informasi sosial. Belkaoui & Karpik (1989) mengatakan bahwa dengan kepeduliannya terhadap masyarakat (sosial) menghendaki manajemen untuk membuat perusahaan menjadi *profitable*. Vence (1975) dalam Belkaoui & Karpik (1989) mempunyai pandangan yang berkebalikan, bahwa pengungkapan sosial perusahaan justru memberikan

kerugian kompetitif (*competitive disadvantage*) karena perusahaan harus mengeluarkan tambahan biaya untuk mengungkapkan informasi sosial tersebut.

Meskipun tidak terkait langsung dengan dinamika yang terjadi di pasar modal, namun pengaruh lingkungan non ekonomi tidak dapat dipisahkan dari aktivitas bursa saham, kepedulian terhadap lingkungan hidup, hak asasi manusia, serta peristiwa-peristiwa politik kerap kali menjadi faktor utama pemicu fluktuasi harga saham di bursa efek seluruh dunia. Makin pentingnya peran bursa saham dalam kegiatan ekonomi, membuat bursa makin sensitif terhadap berbagai peristiwa disekitarnya, baik berkaitan ataupun tidak berkaitan secara langsung dengan isu ekonomim menjadikan salah satu bagian penting dimana sebuah perusahaan dapat melihat apakah hal – hal yang telah dilakukan perusahaan itu dapat memperoleh dan mendapatkan timbal balik perusahaan yang sesuai terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaannya. *Corporate social responsibility* dewasa ini telah menjadi salah satu kekuatan kontrol sosial yang dapat mengawasi aktifitas perusahaan. Orientasi organisasi lingkungan secara umum adalah menghindari eksploitasi yang berlebihan terhadap lingkungan hidup demi kepentingan perusahaan (profit), Aktifitas organisasi lingkungan dapat memobilisasi gerakan masyarakat dan opini terhadap aktifitas perusahaan, sehingga kepentingan organsisi tersebut jika tidak disikapi dengan bijaksana akan berbenturan dengan kepentingan perusahaan, dimana sebuah perusahaan menjadi suatu organisasi yang diawasi atau menjadi sorotan atau teropong yang diawasi bagaimana perkembangan dan proses kerja yang dilakukan perusahaan di dalam

lingkungan masyarakat ataupun organisasi apakah sudah memenuhi kewajibannya.

2.2.1 Tanggung jawab sosial perusahaan

Secara luas definisi pertanggungjawaban sosial tidak hanya mencakup dampak kegiatan operational organisasi bisnis tetapi juga pelaksanaan kegiatan sosial yang diadakan perusahaan. Istilah akuntansi untuk pertanggungjawaban adalah sebagai berikut:

1. Akuntansi pertanggungjawaban sosial tidak hanya mengukur dampak kegiatan perusahaan terhadap lingkungan sekitar tetapi juga mengukur bagaimana efisiensi suatu sistem ekonomi berfungsi dan memberikan data periodik hubungan perusahaan dengan pihak eksternal maupun internal.
2. Menyediakan informasi yang dapat dijadikan dasar dalam proses pengambilan keputusan untuk meningkatkan peran lembaga, baik perusahaan atau yang lain untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan baik secara ekonomi maupun sosial.

Tanggung jawab Sosial Perusahaan (Social Corporate Responsibility)

Klasifikasi Konseptual tanggungjawab social perusahaan dikemukakan oleh Carrol (1991); Wattrick dan Cohan (1985) dengan memberikan karakteristik tanggung jawab perusahaan yang didasarkan pada 4 (empat) tipe perusahaan yaitu:

1. Tipe perusahaan Reaktif (Reactive) dengan karakteristik Tidak adanya dukungan dari Manajemen, manajemen merasa entitas social itu tidak

penting, Tidak adanya laporan tentang lingkungan social perusahaan, tidak adanya dukungan pelatihan tentang entitas social kepada karyawan.

2. Tipe Perusahaan Defensif (Defensive) dengan karakteristik Isu lingkungan sosial hanya diperhatikan jika dipandang perlu, Sikap perusahaan tergantung ada kebijakan pemerintah tentang dampak lingkungan social yang harus dilaporkan, Sebahagian kecil karyawan mendapat dukungan untuk mengikuti pelatihan tentang lingkungan social perusahaan.
3. Tipe Perusahaan Akomodatif (Accomodative) dengan karakteristik Terdapatnya beberapa kebijakan Top Manajemen tentang lingkungan social, Kegiatan akuntansi social dilaporkan secara internal dan sebahagian kecil secara eksternal, Terdapat beberapa karyawan mendapat dukungan untuk mengikuti pelatihan tentang lingkungan social perusahaan
4. Tipe Perusahaan Proaktif (Proactive) dengan karakteristik top Manajemen mendukung sepenuhnya mengenai isu-isu lingkungan social perusahaan, Kegiatan akuntansi social dilaporkan baik secara internal maupun eksternal perusahaan, Karyawan memperoleh pelatihan secara berkesinambungan tentang akuntansi dan lingkungan sosial perusahaan.

2.2.2 Peran akuntansi sosial

Menurut Hendriksen (1994), akuntansi sosial secara teoritis mensyaratkan perusahaan harus melihat lingkungannya antara lain masyarakat, konsumen,

pekerja, pemerintah dan pihak lain yang dapat menjadi pendukung jalannya perasional karena pergeseran tanggungjawab perusahaan. Hal yang sama juga dikemukakan oleh Gramee (2000) yaitu “ *Financial reports prepared by reporting entities are a major aspect of corporate governance and accountability . Lebih jauh Wollin (1999) menyatakan ; “ Firms must take a responsible approach in their business activities, cause of There is public dissatisfaction. implementation of theirs responsibilities should be exposed at financial information to external user”* .

Berdasarkan beberapa pendapat para peneliti tersebut dapat dijelaskan bahwa untuk mendapatkan gambaran tentang akuntansi social perusahaan, entitas bisnis harus mampu mengakses lingkungannya, setelah itu untuk menindak lanjuti dan mengukur kepekaan tersebut perusahaan memerlukan informasi secara periodikal, sehingga informasi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi semua pihak akuntansi sosial dilaksanakan atas dasar aktifitas sosial yang dijalankan oleh suatu entitas bisnis, selanjutnya diproses berdasarkan prinsip, metode dan konsep akuntansi untuk diungkapkan bagi pihak – pihak yang berkepentingan, kemudian dari informasi yang dihasilkan pengguna informasi akan dapat menentukan kebijakan selanjutnya untuk aktifitas sosial dan kebijakan untuk lingkungan sosial entitas bisnis yang dijalankan.

Situasi dan kondisi seperti yang telah diuraikan diatas menuntut suatu entitas bisnis untuk mampu mengakses kepentingan lingkungannya yang diikuti dengan pengungkapan dan pelaporan kepada pihak–pihak yang berkepentingan sehingga melahirkan sebuah laporan (output) yang

mendesripsikan segala aspek yang dapat mendukung kelangsungan hidup sebuah entitas.

2.2.3 Ideal tanggung jawab sosial perusahaan

Untuk mendapatkan format ideal tanggung jawab sosial perusahaan, beberapa hal yang harus dilakukan menurut J.Sofian (2007) adalah sebagai berikut:

- a) Perusahaan harus melakukan gap analisis antara apa yang ideal harus dilakukan dengan apa yang telah dilakukan (*existing*) saat ini. Hasil dari gap analisis ini dapat menjadi acuan bagi perusahaan untuk mendapatkan solusi yang benar-benar dibutuhkan sehingga kehadiran perusahaan tersebut memberikan dampak positif bagi *stakeholder*.
- b) Konsistensi dalam menjalankan komitmen harus menjadi bagian dan gaya hidup dari semua level manajemen perusahaan. Oleh karenanya tanggung jawab sosial perusahaan harus menjadi bagian dalam *strategic plan* perusahaan mulai di mulai dari penentuan visi, misi, strategi, *core belief*, *core value*, program, penyusunan anggaran sampai kepada evaluasi.
- c) Tujuan dengan adanya *strategic plan* ini adalah untuk menjaga kesinambungan perusahaan di masa yang akan datang. Di dalam *strategic plan* faktor tanggung jawab sosial harus menjadi bagian dari *road map* perusahaan dalam rangka mencapai *good corporate governance (GCG)*. Untuk mengevaluasi penerapan *strategic plan* ini diperlukan tool yang dapat menjadi *dashboard* perusahaan di dalam menilai kinerja yang

dihasilkan. *Tool* yang digunakan dapat berupa metode *balanced scorecard* atau hanya penerapan *key performance indicator* disetiap objektif yang ingin dicapai.

- d) Sudah saatnya tanggung jawab sosial perusahaan dikelola oleh suatu divisi tersendiri secara professional sehingga pertanggungjawaban terhadap manajemen dan *stakeholder* dapat transparan dan terukur kinerjanya. Divisi ini diberikan otoritas untuk dapat memutuskan secara cepat dan tuntas semua perkara (isu) yang berhubungan dengan para *stakeholder*.
- e) Divisi ini harus dapat menjalin hubungan yang harmonis dengan pemerintah sebagai regulator, lembaga swadaya masyarakat, asosiasi yang berhubungan, dan masyarakat sehingga keputusan yang diambil dapat mengakomodir semua kepentingan. Dalam prakteknya staff dari divisi ini dapat diisi oleh personal dari berbagai perwakilan yang ada di *stakeholder*.
- f) Idealnya, pemerintah juga harus memiliki department yang berfokus untuk menangani regulasi tanggung jawab sosial perusahaan sehingga dapat menjadi mediator dan fasilitator bagi semua pihak yang berkepentingan. Fungsi lainnya dari department ini adalah sebagai auditor yang memberikan ranking dalam periode tertentu bagi semua perusahaan sesuai dengan bidang dan kelasnya, dengan adanya ranking ini memicu perusahaan untuk serius menangani masalah tanggung jawab sosial

perusahaan. Departemen ini harus juga melibatkan institusi pendidikan dan akademisi untuk menjaga transparansi dalam proses audit.

- g) Pada era teknologi saat ini, peranan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) sudah menjadi keharusan bukan lagi sebagai pendukung perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan dapat memanfaatkan TIK semaksimal mungkin untuk menciptakan proses yang efisien, efektif, transparan, dan dapat dipertanggungjawabkan. Misalkan dengan menggunakan *software, internet, portal, dan teleconference* sebagai alat komunikasi dengan *stakeholder* yang terintegrasi dengan proses bisnis yang ada dalam perusahaan.

2.2.4 Hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen

a. *Size Perusahaan dengan pengungkapan Corporate Social*

Responsibility

Semakin besar perusahaan, maka semakin besar pengungkapan tanggung jawab sosialnya. Ukuran perusahaan yang semakin besar berarti semakin besar pula jumlah tenaga kerja yang dimiliki oleh perusahaan, sehingga semakin kuat dorongan dan tekanan yang ditanggung perusahaan untuk memperhatikan dan meningkatkan kesejahteraan karyawannya, semakin besar perusahaan, maka semakin kompleks aktivitas perusahaan yang mengakibatkan munculnya tuntutan untuk mempertanggungjawabkan semua aktifitas perusahaan terutama pada pemegang saham, sehingga informasi yang harus diungkapkan tidak hanya

seputar informasi finansial tetapi juga informasi *non financial* karena pemegang saham menuntut perusahaan melakukan pelaporan secara transparan.

Hubungan perusahaan dengan masyarakat juga semakin besar apabila ukuran perusahaan bertambah, sorotan dan perhatian masyarakat kepentingan terhadap aktifitas perusahaan bertambah. Masyarakat menaruh kepentingan terhadap produk, bagaimana perusahaan mengolah produk dan menjamin keamanan produk tersebut. Masyarakat menaruh kepentingan terhadap produk, bagaimana perusahaan mengolah produk dan menjamin keamanan produk tersebut. Masyarakat juga memperhatikan isu ketenagakerjaan, bagaimana perusahaan memperhatikan karyawan-karyawannya dan isu-isu yang lain yang dapat mempengaruhi *image* perusahaan di mata masyarakat.

Dari tekanan masyarakat tersebut menunjukkan bahwa perusahaan diharuskan menunjukkan informasi sosial yang dibutuhkan oleh karyawan, pemegang saham, hal ini telah dibuktikan oleh Eddy Rismangga Sembiring (2005) yang pada hasil kedua penelitiannya menunjukkan hasil positif signifikan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

b. Ukuran Dewan Komisaris dengan Corporate Social Responsibility

Semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka semakin mudah untuk mengendalikan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif (Eddy Rismangga Sembiring, 2005). Dewan komisaris menghendaki dilakukannya *Corporate Social Responsibility* agar:

1. Perusahaan dan manajemen lebih transparan, ini ditunjukkan dengan semakin luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan.
2. Perusahaan dapat memberikan kontribusi dalam bidang sosial terhadap masyarakat.
3. Perusahaan menghasilkan keuntungan jangka panjang dan dapat lestari (eksis) dalam waktu lama Yenny (2007).

Dalam aktifitas pengungkapan sosial, dewan komisaris dapat memberikan tekanan yang besar bagi manajemen untuk melaksanakan pengungkapan tanggung jawab sosial, sehingga disimpulkan semakin besar jumlah anggota dewan komisaris semakin besar pula pengungkapan tanggung jawab sosialnya. Hubungan ini telah berhasil dilakukan oleh Eddy Rismanda Sembiring (2005) dengan adanya hubungan yang positif signifikan antara ukuran dewan komisaris dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

c. Kepemilikan Manajemen dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Semakin besar kepemilikan saham manajemen dalam perusahaan, maka manajemen perusahaan akan semakin memaksimalkan nilai perusahaan. Hal ini dapat mengakibatkan rendahnya biaya pos kontrak dan pengawasan, karena manajemen semakin produktif untuk memonitoring perusahaan dalam rangka meningkatkan *image* perusahaan yang mengakibatkan pihak manajemen menjadi semakin luas untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya karena semakin besar kepemilikan saham manajemen maka semakin besar pula kebijakan

tanggung jawab sosialnya. Kepemilikan managerial adalah pemegang saham dari pihak management yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan perusahaan (Hatta 2002) manager mendapat kesempatan untuk terlibat dalam kepemilikan managerial dapat diperoleh dari jumlah saham yang dimiliki oleh direksi dan manager dibagi dengan jumlah saham yang beredar (Nuringsih 2005).

d. Kepemilikan Publik dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Semakin besar kepemilikan *insider*, akan semakin sedikit pengungkapan informasi yang akan diungkapkan dalam laporan tahunan karena *insider* memiliki akses yang luas terhadap informasi perusahaan tanpa harus melalui laporan tahunan yang dipublikasikan. Semakin besar porsi kepemilikan publik, semakin banyak pihak yang membutuhkan informasi tentang perusahaan, sehingga semakin banyak butir-butir informasi yang detail yang dituntut dalam laporan tahunan. Perusahaan yang sahamnya dimiliki oleh pihak asing menghadapi tekanan permintaan akan informasi yang lebih banyak, makin besar porsi saham yang dimiliki pihak asing makin beragam informasi yang dibutuhkan sehingga diperkirakan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan juga akan banyak diungkapkan (Eddy Rismanda Sembiring 2003).

e. *Profitabilitas dengan pengungkapan Corporate Social Responsibility*

Hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial dan profitabilitas perusahaan telah dikemukakan untuk merefleksikan pandangan bahwa respon sosial membutuhkan *managerial style* yang sama seperti halnya untuk membuat perusahaan menguntungkan (Bowman and Haire,1976) dalam Welly (2009).

Pengungkapan tanggung jawab sosial digunakan untuk memenuhi tekanan sosial dan respon terhadap kebutuhan sosial lingkungan bisnis. Rasio *profitabilitas* yang digunakan yaitu *net profit margin* dimana angka ini menunjukkan berapa besar presentasi pendapatan bersih yang diperoleh dari setiap penjualan, semakin besar rasio ini makin baik karena dianggap kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba cukup tinggi. Hal ini dikaitkan dengan tekanan dari pemegang saham agar perusahaan lebih memperhitungkan tanggung jawab terhadap masyarakat, pada penelitian Eddy Rismanda Sembiring (2003) membuktikan bahwa *political visibility* berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat secara signifikan.

Dalam penelitian *Donovan* dan *Gibson* (2000) menyatakan bahwa berdasarkan teori legitimasi, salah satu argumen dalam hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan tekanan masyarakat dalam tanggung jawab sosial perusahaan adalah bahwa ketika perusahaan memiliki laba tinggi, sebaliknya pada saat tingkat profitabilitas rendah berharap para pengguna laporan akan mengetahui kinerja perusahaan. Sedangkan *Bowman and Haire* (1976) dan *Preston* (1978) dalam *Hackston and Milne* (1996) menyatakan semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar tekanan masyarakat terhadap perusahaan dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaannya tingkat profitabilitas dapat diukur dengan nilai *net profit margin* dengan cara sebagai berikut:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Pendapatan Bersih}}{\text{Penjualan}}$$

f. *Earning per Share (EPS) dengan pengungkapan Corporate Social Responsibility*

Menurut *Belkaoui* dan *Karpik* (1989) salah satu ukuran kinerja keuangan yang sering digunakan dalam penelitian tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah pendapatan per lembar saham (*earning per share*) adalah jumlah laba yang menjadi hak untuk setiap pemegang satu lembar saham. Nilai *earning per share* akan digunakan untuk mengukur kemampuan per lembar saham dalam menghasilkan laba dan dihitung dengan persamaan sebagai berikut:

$$\text{EPS} = \frac{\text{Laba}}{\sum \text{saham}}$$

g. *Financial Leverage dengan pengungkapan Corporate Social Responsibility*

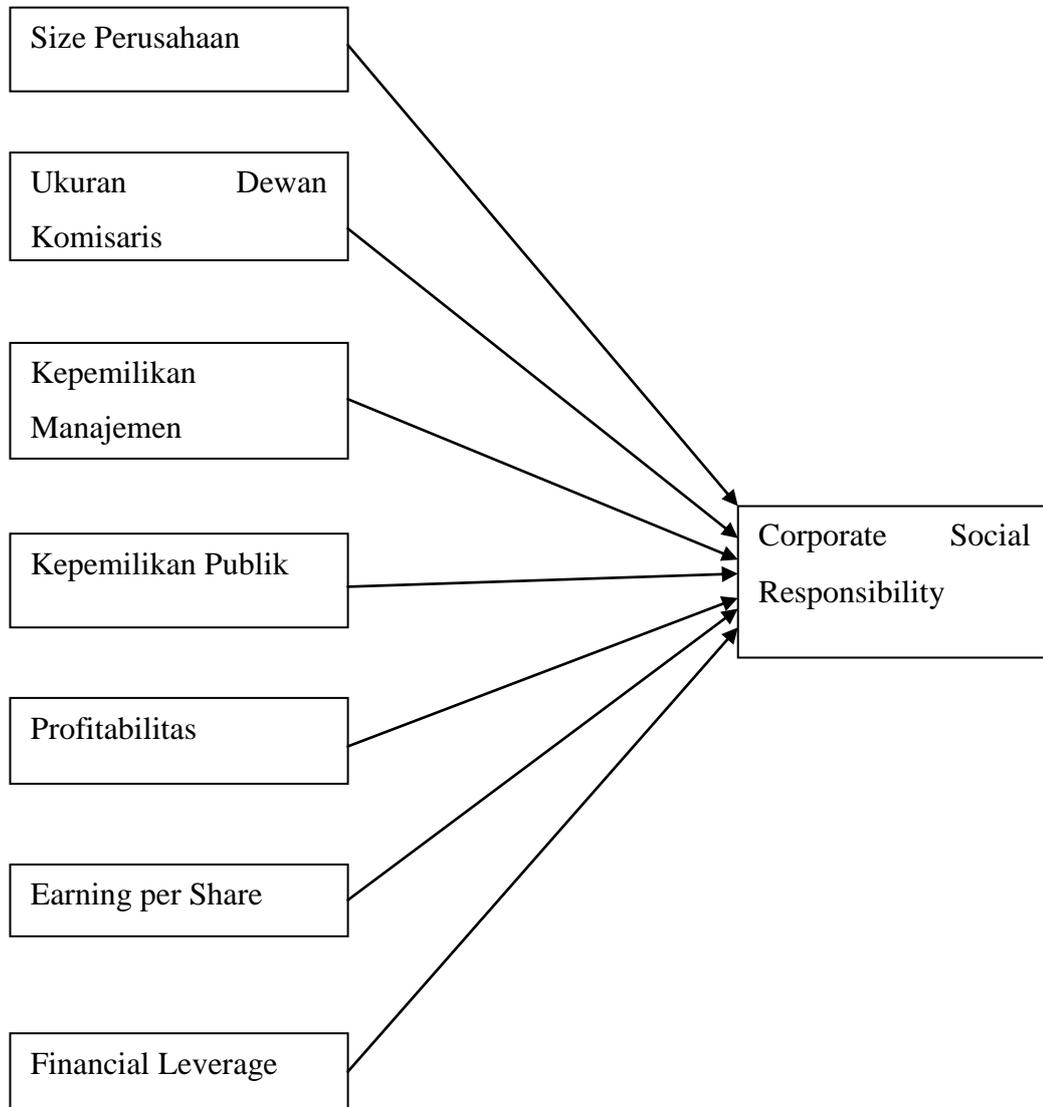
Perjanjian terbatas seperti perjanjian hutang dimaksudkan membatasi kemampuan manajemen untuk menciptakan transfer kekayaan antar pemegang saham dan pemegang obligasi (*Jensen dan Meckling, 1976; Smith dan Warner, 1979* dalam *Eddy Rismanda Sembiring, 2003*). Menurut *Meek, Robert, dan Gray* (1992) semakin tinggi tingkat *leverage* perusahaan semakin besar pula *agency cost* kemungkinan terjadinya transfer kemakmuran dari kreditur jangka panjang kepada pemegang saham dan manajer, sehingga untuk mengurangi hal tersebut perusahaan dituntut untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas guna memenuhi kebutuhan informasi kreditur jangka panjang. Keterbatasan salah satunya termasuk dalam batas *leverage* keuangan. Menurut *Belkaoui dan Karpik* (1989) dalam *Eddy (2003)* keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk prngungkapan yang menurunkan

pendapatan. Hasil penelitian *Belkaoui* dan *Karpik* (1989) dalam Eddy (2003) menemukan pengaruh signifikan dan negatif antara *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Roberts (1992) dalam Eddy (2003) pada sisi lain membuat suatu analisa berdasarkan pada hipotesis derajat tinggi ketergantungan terhadap hutang akan mendorong suatu perusahaan untuk menyelesaikan aktifitas sosial dan positif tentang pengungkapan informasi dalam rangka mempertemukan harapan kreditur dalam kaitan dengan peranan sosial bukti pendukung untuk mendukung hipotesis bahwa *debt to equity* yang lebih tinggi, maka pengungkapan tanggung jawab sosial akan semakin tinggi. Hasil ini bertentangan dengan yang diperoleh *Belkaoui* dan *Karpik* (1989). Financial leverage dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Leverage} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas Pemegang Saham}}$$

2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

2.4 **Hipotesis Penelitian**

Hipotesis adalah perumusan jawaban sementara terhadap suatu masalah yang akan diteliti. Kemudian hipotesis harus diuji dan dibuktikan kebenarannya berdasarkan fakta yang diperoleh dari penelitian, maka hipotesis diajukan sebagai alternatif untuk diterima atau ditolak. Berdasarkan penelitian terdahulu serta pembahasan dan landasan teori yang ada maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

- h1: Size perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*).
- h2: Ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*).
- h3: Kepemilikan manajemen berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*).
- h4: Kepemilikan publik berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*).
- h5: Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*).
- h6: *Earning per share* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*).
- h7: *Financial leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan Tanggung Jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*).