

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP
KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR SEBAGAI 100
BEST CORPORATE CITIZENS OLEH KLD RESEARCH & ANALYTICS

Lindrawati, Nita Felicia, J.Th Budianto T.
Fakultas Ekonomi Unika Widya Mandala Surabaya

ABSTRACT

Nowadays, Corporate Social Responsibility (CSR) has drawn the international community's attention (not only from developed countries but also from developing countries). This is showed by many attempts to implement a sustainable CSR concept at international level, with good responses from developing countries. This related with problems such as global warming, depletion of the ozone layer, and pollution that threaten the sustainability of society and environment and eventually danger that threaten the perpetuation of life of human being. Hence, it is appropriately for companies to have social responsibilities. But, unfortunately, to implement CSR in a company needs a high cost. This has become one of obstacles for a company management that has tendency only pay attention to their financial performance to adopt CSR in their business strategy.

The purpose of this research is to gather an empiric evidence of CSR influences in 100 Best Corporate Citizens 2000-2006's company financial performances (ROE and ROI). Data that had been used is CSR score from KLD Research and Analytics, Business Ethics Magazine, and company financial performance from its website. Analysis with simple regressions shows that CSR doesn't have a significant effect on ROE, but has a significant effect on ROI. This condition show that a company who apply CSR well could be get well financial performance, too.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Return on Equity, and Return on Investment

1. PENDAHULUAN

Salah satu isu menarik dan menjadi pusat perhatian saat ini adalah masalah yang berkaitan dengan *ethics* dan tanggungjawab moral perusahaan terhadap eksistensinya dalam masyarakat, yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) (*The Independent* (2005) dalam O'Regan (2006:417) dan Barnett (2005)). Pentingnya CSR ditunjukkan dengan adanya perhatian Menteri Negara Lingkungan Hidup Rachmat

Witoelar yang menyatakan bahwa perusahaan sudah seharusnya bertanggung jawab atas emisi karbon dioksida yang mereka lakukan dan tanggungjawab tersebut seharusnya masuk ke inisiatif CSR (Jalal, 2007). Perusahaan yang menyatakan memiliki komitmen CSR yang tinggi sudah sewajarnya melakukan perhitungannya atas emisinya dan kemudian melakukan upaya menetralkan dampak tersebut. Pernyataan ini memang sangat relevan, mengingat pemanasan global memang sangat berkait dengan aktivitas perusahaan. Dalam *Handbook of Indonesia's Energy Economy Statistics* (2005) (Jalal, 2007) terlihat bahwa tiga teratas dari empat besar penyebab emisi karbon dioksida disumbang oleh perusahaan yaitu industri, pembangkit listrik dan transportasi.

Jika ini terjadi terus-menerus maka akan mengancam *society and environment sustainability*, bahkan mengancam kelangsungan hidup manusia karena meningkatnya pemanasan global, *depletion of the ozone layer and pollution*. Isu ini telah menjadi perhatian utama di kalangan pemerintah internasional, pembuat aturan, dan organisasi non-pemerintah (O'Regan, 2006:407). Seriusnya ancaman *global warming* dijawab Komite Nobel Norwegia dengan menetapkan Albert Arnold Al Gore dan Intergovernmental Panel for Climate Change sebagai peraih Nobel Perdamaian 2007. IPCC adalah lembaga di bawah PBB yang beranggotakan 3.000 ahli lingkungan dari 130 negara anggota PBB. Lembaga ini bertugas meneliti dan memberitakan kepada dunia tentang bahaya laten dan upaya pencegahan dampak *global warming* yang disampaikan dalam laporan tahunan. Sepanjang sejarah, Nobel Perdamaian selalu diberikan kepada lembaga, pelaku, aktor atau martir perdamaian dalam berbagai bentuk. Namun, tahun 2007, Nobel diberikan kepada lembaga yang memperhatikan masalah *global warming* dibanding masalah perdamaian. Nobel 2007 adalah "alarm" bagi dunia bahwa isu ini adalah bahaya laten yang harus diperhatikan dan ditindaklanjuti (Ciphardian, 2007).

Nugroho (2006) dalam Zuhroh (2006) merumuskan CSR dengan *triple bottom line: people, planet dan profit*. *Triple Bottom Line* tersebut mengukur kinerja keuangan, sosial dan lingkungan yang berfokus pada *sustainability*, sehingga bisnis tidak hanya laba tetapi juga memperhatikan manusia dan 'planet'. Kepedulian masyarakat internasional terhadap *sustainable CSR* ini ditunjukkan dengan adanya beberapa upaya yang dilakukan di tingkat internasional dalam menjabarkan dan menerapkan konsep *sustainable CSR*. Salah satu konsepnya adalah peluncuran *Socially Responsible Investment* (SRI) di pertengahan 1990-an. Konsep SRI telah berhasil mengalirkan pendanaan global, di mana akhir tahun 2003 tercatat dana sebesar 34 Miliar Euro. Bila definisi SRI yang dipakai tidak terlalu ketat, misalnya hanya untuk perusahaan yang tidak beroperasi di negara yang banyak melanggar Hak Asasi Manusia, maka jumlah dana yang dikelola menggunakan prinsip SRI mencapai 218 Miliar Euro atau lebih dari 2000 Triliun Rupiah (Purwati, 2006).

Contoh lain dari upaya menerapkan *Sustainable CSR* adalah EITI (*Extractive Industry Transparency Initiative*). EITI merupakan inisiatif pemerintah Inggris dan disambut

baik pemerintah Indonesia dan belasan negara maju dan berkembang lainnya. untuk meningkatkan transparansi pembiayaan dan penerimaan dana pada sektor industri ekstraktif. Sedangkan GRI (*Global Reporting Initiative*) adalah salah satu usaha di tingkat internasional untuk memperoleh informasi yang lebih rinci dari sekedar kinerja keuangan perusahaan, termasuk dampak kegiatan bisnis mereka terhadap kelestarian lingkungan dan kesejahteraan masyarakat setempat (Purwati, 2006).

Dari ketiga konsep sebagai upaya penjabaran dan penerapan *sustainable* CSR menunjukkan adanya dukungan besar dari dunia internasional baik negara maju maupun berkembang terhadap konsep CSR. Namun, perlu diingat bahwa posisi yang kuat dalam hal penguasaan modal membuat perusahaan menjadi jauh lebih berkuasa daripada negara. Seperti yang terjadi di Afrika Selatan, angka penjualan *General Motors* yang tiap tahunnya mencapai \$176.6 miliar adalah lebih tinggi dari GDP Afrika Selatan yang hanya sebesar \$140 miliar (Prasetyantoko, 2002). Dalam kondisi demikian menunjukkan *General Motors* memberi kontribusi penting bagi perolehan pendapatan negara dan sektor pajak. Perusahaan bisa saja berdalih telah melakukan tanggungjawabnya dengan pembayaran pajak yang besar kepada pemerintah. Jika demikian, maka dukungan dari pemerintah negara terhadap CSR merupakan pelengkap, selebihnya diputuskan oleh kebijakan perusahaan sendiri.

Masalahnya, budaya perusahaan awalnya adalah memaksimalkan keuntungan (*shareholder theory*). Jadi, yang dilihat dari bisnis adalah untung atau rugi. sementara keikutsertaan perusahaan dalam tanggungjawab sosial justru menambah biaya karena harus mengeluarkan biaya ekstra untuk pengolahan limbah, perlindungan kesehatan dan keselamatan kerja karyawan serta lingkungan, *strict control* terhadap produk agar ramah lingkungan. Semuanya itu menambah biaya perusahaan yang akan mengurangi pembagi keuntungan (dividen) bagi investor. Bagaimana mungkin perusahaan besar (*Shell International, The Body Shop, The Co-operative Bank (UK), Van City Credit Union*) yang seharusnya memperhatikan perolehan laba atau tampilan kinerja keuangan yang baik bagi investor dan bagi kelangsungan hidup perusahaan, justru berinisiatif melakukan tanggungjawab sosialnya. Bahkan di Jepang sampai November 2003 ada 66 perusahaan yang mempublikasikan CSR Report berdasarkan *Guidelines of Global Reporting Initiative (GRI)*. Sampai November 2003 Jepang adalah negara tertinggi yang mempublikasikan CSR Report (Tanimoto dan Suzuki, 2005).

Di Indonesia konsep CSR sudah mulai disadari perusahaan-perusahaan besar, contohnya Program *Community Development* yang dijalankan hampir semua perusahaan besar maupun PKBL (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan) oleh BUMN (Badan Usaha Milik Negara) menjadi bukti bagaimana korporasi menerapkan konsep CSR. juga penerapan CSR oleh *The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Limited (HSBC)* yang memberikan perhatian khusus di bidang pendidikan, lingkungan hidup dan sosial melalui program "HSBC Kita" dan *Bakric Corporation* yang melaksanakan *carbon*

offset dengan program revegetasinya yaitu penanaman 5000 pohon (Jalal, 2007). Bahkan kewajiban melaksanakan CSR menjadi poin yang paling disoroti dalam Rancangan Undang-Undang Perseroan Terbatas yang telah disetujui rapat paripurna Dewan Perwakilan Rakyat untuk disahkan sebagai Undang-Undang (didukung *Transparency International Indonesia*, 2007).

Apakah dengan melakukan yang benar (*doing well*) yaitu menerapkan CSR maka perusahaan juga telah melakukan yang baik (*doing good*) yaitu memiliki kinerja baik? Tentunya, perusahaan tidak akan melakukan aktivitas yang berdampak negatif terhadap arus kas perusahaan, karena akan mempengaruhi *performance* perusahaan. Jadi, jika demikian seberapa besarkah pengaruh CSR terhadap kinerja perusahaan sehingga membuat perusahaan mau menerapkan CSR?

Hubungan CSR dengan kinerja telah diteliti oleh Goukasian dan Whitney (2007) yang menganalisis kinerja keuangan dan operasional perusahaan yang bertanggungjawab secara sosial dan etis. Kesimpulan dari penelitian Goukasian dan Whitney mengindikasikan bahwa perusahaan yang mengeluarkan biaya untuk bertanggungjawab secara sosial dan etis tidak menyebabkan *trade-offnya* (pertukarannya) negatif dan tetap dapat menampilkan kinerja sebaik perusahaan lain yang tidak mengimplementasikan CSR. Selain itu Tsoutsoura (2004) juga menemukan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Kinerja perusahaan dapat diukur menggunakan *return on equity (ROE)* yang merupakan salah satu indikator penting bagi investor untuk menilai prospek perusahaan di masa datang dengan melihat pertumbuhan profitabilitas perusahaan (Tandelilin, 2001:240). Dengan ROE, investor atau pemilik dapat melihat tingkat pengembalian atas investasi yang diukur dengan membandingkan laba bersih terhadap ekuitas saham biasa (Weston dan Brigham, 1993:305). Sebagai investor lebih baik melihat dari segi kinerja operasi perusahaan karena dapat diperoleh informasi laba yang dapat dijadikan dasar untuk menilai seberapa besar nilai kembalikan investasi yang dilakukan atau dikenal dengan istilah *return on investment (ROI)*.

Perusahaan yang diteliti adalah seluruh perusahaan Amerika Serikat yang terdaftar dalam Kinder, Lydenberg, and Domini & Co. (KLD) *Research & Analytics* sebagai 100 *Best Corporate Citizens*. KLD *Research & Analytics* merupakan otoritas terkemuka atas index dan riset sosial untuk lembaga, investor dan peneliti akademis. KLD mendukung lebih dari 60 review yang dipublikasikan dalam *Journal of Accounting, Business & Society, Financial Analyst Journal and Business Ethics Management*. Dan lebih dari 40% program *Master of Business Administration (MBA)* terkemuka yang mempelajari masalah lingkungan dan sosial menggunakan produk dari KLD. Sejak tahun 1988, investor, penasihat, peneliti telah bergantung pada kualitas dan keahlian KLD (www.kld.com).

Dari penjelasan tersebut, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut: "Apakah penerapan *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap kinerja

keuangan perusahaan yang terdaftar sebagai *100 Best Corporate Citizens* oleh KLD *Research & Analytics*?

Tujuan penelitian adalah untuk memperoleh bukti empiris pengaruh penceraian *corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan yang terdaftar sebagai *100 Best Corporate Citizens* oleh KLD *Research & Analytics*.

2. LANDASAN TEORITIS

2.1. Stakeholder Theory dalam Corporate Social Responsibility

Konsep tanggungjawab sosial menyiratkan bahwa perusahaan dengan sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasi dan interaksi mereka dengan *stakeholders*. Menurut Clarke (1998) dan Lantos (2001) dalam Branco dan Rodrigues (2007), ada dua pandangan berbeda tentang peran bisnis dalam masyarakat yang sering menjadi perdebatan dalam hubungannya dengan perspektif *shareholder* dan *stakeholder*. Perspektif *shareholder* meyakini bahwa tanggungjawab sosial manajer hanya melayani kepentingan *shareholder* dengan cara terbaik yang mungkin dilakukan oleh manajer, menggunakan sumber daya perusahaan untuk kesejahteraan *shareholder*. Sedangkan perspektif *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan selain dipengaruhi oleh *shareholder*, juga ada kelompok atau unsur-unsur lain yang dipengaruhi dari adanya aktivitas perusahaan, seperti karyawan, komunitas lokal dan kelompok atau unsur lain yang juga harus menjadi pertimbangan bagi manajer dalam membuat keputusan. Dua pandangan dalam aturan bisnis di masyarakat tersebut dibedakan menjadi (Branco dan Rodrigues, 2007):

1. *Classical View*, didasarkan pada *neoclassical economic theory*, yang berfokus pada *shareholder profit*. Pandangan ini berdasarkan tiga pola pikir berbeda, yaitu: a) *Shareholder* sebagai pemilik perusahaan, sehingga manajer tidak memiliki hak untuk membuat peraturan sesuai keinginan mereka sendiri atau bebas menentukan keputusan, atau menggunakan sumber daya untuk tujuan sosial yang jelas sekali bahwa tujuan sosial tidak mungkin bisa dihubungkan langsung dengan laba; b) Peran perusahaan untuk memproduksi kesejahteraan dan mengejar tujuan tanggungjawab sosial dapat merusak kinerja mereka dalam peran yang bertentangan dengan alokasi sumber daya yang efisien; c) Organisasi ada untuk berhubungan dengan berbagai macam fungsi, namun fungsi perusahaan dan manajer tidak pada peran sebagai pihak yang melakukan aktivitas sosial.
2. *Stakeholder View*, didasarkan pada teori *stakeholder* yang berasumsi bahwa di luar *shareholder* ada pihak-pihak lain yang berminat terhadap tindakan/aktivitas perusahaan, sehingga perusahaan dianggap mempunyai tanggungjawab sosial yang membuat mereka perlu mempertimbangkan pihak lain yang berkepentingan juga pihak yang dipengaruhi oleh aktivitas perusahaan. Termasuk dalam *stakeholders* adalah kelompok dan individu yang diuntungkan, dihargai atau dirugikan atau bahkan

dieksplorasi oleh tindakan perusahaan (Freeman (1998) dalam Branco dan Rodrigues (2007)), juga termasuk kreditor, karyawan, pelanggan, pemasok, dan komunitas secara luas. Sehingga tujuan perusahaan seharusnya adalah menyukseskan perusahaan dan semua *stakeholder* utamanya (Werhane dan Freeman (1999) dalam Branco dan Rodrigues (2007)). Pandangan aktivis sosial terhadap teori *stakeholder* adalah perusahaan bertanggungjawab terhadap *stakeholder* lain di luar *shareholder*. Karena itu, perusahaan perlu bertindak aktif mempromosikan minat sosialnya, bahkan ketika masyarakat tidak memperlmasalahkannya. Perusahaan seharusnya terlibat aktif dalam program-program yang dapat mengatasi masalah sosial seperti menyediakan kesempatan kerja, dan memperbaiki lingkungan, sekalipun program itu menjadi biaya bagi pemegang saham (Lantos (2001) dalam Branco dan Rodrigues (2007)).

2.2. Stakeholder Theory dan Tujuan Perusahaan

Tujuan perusahaan adalah efisiensi. Efisiensi perusahaan dapat diukur dari neraca untuk mengetahui arus kas masuk dan arus kas keluarnya. Selain itu juga dapat diukur dengan ukuran moneter (Argandona, 2005). Lozano (2000) dalam Argandona (2005) mendefinisikan perusahaan sebagai: "...not only economic institution, but also sociological, cultural, political, and ethical institution, encompassed within a variety of disciplines, with different approaches and models, in terms of efficiency, but also in terms of power, conflict, legitimacy, social demands, meaning, culture...". Pengertian tersebut menunjukkan bahwa perusahaan juga merupakan bagian dari masyarakat yang tidak terlepas dari aturan dan norma yang berlaku, serta kondisi lingkungan di mana perusahaan tersebut beroperasi. Perusahaan ada dan berdiri karena adanya kebutuhan dan permintaan masyarakat. Itulah sebabnya perusahaan tidak akan dapat berfungsi dengan baik dalam pengasingan dari masyarakat di mana perusahaan tersebut beroperasi. Karena itu pencapaian keuntungan keuangan dan kontribusi sosial perusahaan merupakan satu kesatuan. Jadi dalam kegiatan operasinya perusahaan tidak hanya memperhatikan *shareholder* tetapi juga perlu memperhatikan *stakeholdernya*.

Teori *stakeholder* menyatakan *stakeholder* memiliki hak sama dengan *shareholder* yaitu boleh merempatkan permintaan dan keinginannya pada perusahaan (Goukasian dan Whitney, 2007). Keseluruhan hubungan perusahaan dengan *stakeholder* disebut dengan CSR (Basya (2004) dalam Setiawan (2005:3)). Dengan memperhatikan keinginan, permintaan dan perspektif masing-masing *stakeholder* akan membantu manajemen membuat keputusan lebih baik dibandingkan hanya dengan memperhatikan kepentingan *shareholder* saja (Tirole (2001) dalam Goukasian dan Whitney (2007)). Dengan demikian pencapaian tujuan utama perusahaan (memaksimalkan keuntungan *shareholder*) akan lebih efisien dengan memperhatikan kebutuhan *stakeholder*. Pencapaian sukses komersial dengan cara memperhatikan nilai etis dan respek terhadap masyarakat, komunitas, dan lingkungan alam juga diartikan sebagai CSR (*Business for Social Responsibility* dalam Tsoutsoura, 2004).

Dalam lingkungan bisnis yang tidak pasti (inflasi, skandal yang berdampak pada penurunan reputasi, perusahaan, bencana alam, korupsi), salah satu upaya mempertahankan bisnis agar tetap eksis adalah dengan memperhatikan keinginan dan kebutuhan *stakeholder* yang selalu berubah dan meregenerasi. Dengan adanya kontribusi perusahaan terhadap *stakeholder* akan membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memperbaiki lingkungan yang mampu melindungi perusahaan dari kejadian negatif seperti banjir, klaim dari komunitas setempat akibat perilaku tak bertanggungjawab perusahaan. Tanggungjawab perusahaan dalam memberi kontribusi kepada *stakeholder* juga disebut sebagai CSR (Kotler (2005) dalam Siswanto (2007)).

2.3. Evolusi Konsep Tanggungjawab Sosial Dari Perspektif Stakeholder

Istilah tanggungjawab sosial telah banyak memperoleh tantangan sejak awal tahun 1970 (Branco dan Rodrigues, 2007). Gagasan CSR tidak hanya menckankan pada masalah finansial, tetapi juga bidang sosial dan lingkungan. Bidang lingkungan berkisar masalah material, energi, emisi, *supplier*, transportasi dan hal lain yang berkaitan dengan alam dan lingkungan. Sedangkan sisi sosial berkaitan dengan pekerja yang didalamnya termasuk pembelajaran, kesempatan kerja, jaminan kesehatan, dan hal lainnya yang terkait dengan tenaga kerja, hak asasi, komunitas sosial, dan masalah yang berkaitan dengan keamanan produk termasuk garansi dan kejujuran iklan.

Keterlibatan perusahaan dalam bidang sosial dan lingkungan telah mengalami perjalanan panjang. Hingga saat ini ada tiga model yang menggambarkan keterlibatan perusahaan dalam kegiatan sosial, yaitu (Harahap, 2002:356-358): 1) Model Klasik yang menggunakan teori klasik yaitu *shareholder theory* dan pandangan dari Friedman, di mana perusahaan tidak perlu memikirkan hal-hal lain di luar usaha mencari keuntungan sebanyak-banyaknya. Perusahaan tidak perlu bersusah payah memikirkan masalah lingkungan dan usaha perbaikannya serta yang berkaitan dengan efek sosial yang ditimbulkan perusahaan. Satu-satunya yang perlu dipikirkan adalah kepentingan para pemegang saham; 2) Model Manajemen, di mana kepentingan perusahaan tidak hanya para pemegang saham, tetapi juga pihak yang terkait dengan hidup matinya perusahaan, seperti: karyawan, pemasok. Model ini menitikberatkan pada kesejahteraan manajemen; 3) Model Lingkungan Sosial, meyakini bahwa perusahaan berhubungan dengan lingkungan sosial sehingga perusahaan harus berpartisipasi aktif dalam menyelesaikan persoalan lingkungan sosial.

Selain tiga model tersebut, Harahap juga memberikan pandangannya terhadap perkembangan CSR dan pandangan etika dengan bertolak pada tiga dimensi milik Prakash Sethi, yaitu: 1) *Social Obligation*: tanggungjawab perusahaan terhadap permintaan pasar sesuai ketentuan hukum; 2) *Social Responsibility*: usaha menggerakkan perusahaan sehingga tindakannya sesuai norma, nilai, dan harapan yang berlaku di masyarakat; 3) *Social Responsiveness*: respon perusahaan untuk menjawab isu sosial yang akan timbul di masa mendatang.

Sethi (1979) dalam Branco dan Rodrigues (2007) memberi ciri antara kewajiban sosial (*social obligation*), tanggungjawab sosial (*social responsibility*), dan responsif sosial (*social responsiveness*). Sethi menyatakan bahwa perusahaan sama seperti lembaga sosial lain yaitu sebagai bagian integral dari masyarakat dan harus bergantung pada penerimaan masyarakat akan aturan dan aktivitas bisnis perusahaan demi menjaga eksistensi dan keberlanjutan aktivitas operasi perusahaan serta pertumbuhan perusahaan di masyarakat.

Perilaku perusahaan dalam merespon kekuatan pasar atau batasan hukum didefinisikan sebagai kewajiban sosial (*social obligation*). Sedangkan tanggungjawab sosial (*social responsibility*) tersirat pada kesesuaian perilaku perusahaan dengan norma sosial yang berlaku serta nilai dan pengharapan terhadap kinerja. Konsep responsif sosial (*social responsiveness*) menyarankan bahwa hal yang penting bukanlah pada bagaimana suatu perusahaan merespon tekanan sosial, tetapi pada apa yang seharusnya menjadi aturan jangka panjang perusahaan dalam suatu sistem sosial yang dinamis.

Pada awalnya Sethi menyebutkan bahwa konsep *social responsiveness* dapat dilihat sebagai pengganti konsep tanggungjawab sosial. Namun, Sethi menolaknya dengan adanya pendapat dari Carroll (1979) dalam Branco dan Rodrigues (2007) bahwa *social responsiveness* bukan alternatif tanggungjawab sosial, tetapi lebih ke fase tindakan dari respon manajemen dalam lapisan sosial. Juga pendapat dari Wartick dan Cochran (1985) dalam Branco dan Rodrigues (2007) yang menyatakan bahwa antara *social responsiveness* dengan *social responsibility* seharusnya dimasukkan dalam dimensi terpisah dari keterlibatan sosial perusahaan. Jadi, dengan adanya perubahan tersebut, konsep *social responsiveness* dan kinerja sosial perusahaan (*corporate social performance*) dapat dipandang sebagai evolusi dari konsep tanggungjawab sosial.

2.4. Corporate Social Responsibility

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) (Fox et al. (2002) dalam Siswanto (2007)), definisi CSR atau tanggungjawab sosial perusahaan adalah: "Komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, beserta komunitas-komunitas setempat dan masyarakat secara keseluruhan, dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan".

CSR merupakan komitmen perusahaan untuk memberikan kontribusi jangka panjang terhadap suatu isu tertentu di masyarakat atau lingkungan guna menciptakan lingkungan yang lebih baik. Kontribusi dari perusahaan ini bisa berupa banyak hal, misalnya: bantuan dana, bantuan tenaga ahli dari perusahaan, bantuan berupa barang, dan bantuan lainnya (Wikipedia, 2006). Hal itu menunjukkan bahwa CSR merupakan keseluruhan hubungan perusahaan dengan semua *stakeholder*-nya. *Stakeholder* di sini termasuk konsumen, karyawan, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, pemasok dan pesaing (Basya

2004) dalam Setiawan (2005)). Menurut Hopkins (2004): "CSR is concerned with treating the stakeholders of the firm ethically or in a responsible manner. Ethically or responsibly means treating stakeholders in a manner deemed acceptable in civil societies. Social includes economic responsibility. Stakeholders exist both within a firm and outside. The natural environment is a stakeholder. The wider aim of social responsibility is to create higher and higher standards of living, while preserving the profitability of the corporation, for peoples both within and outside the corporation".

Hopkins (2004) memasukkan aspek ekonomi dalam definisi CSR karena menurutnya studi ekonomi merupakan ilmu sosial yang berpegang pada aspek keuangan. Istilah *corporate responsibility* di dalam CSR dimaksudkan agar perusahaan melihat CSR sebagai tanggungjawab yang sama pentingnya dengan tanggungjawab yang selama ini dijalankan perusahaan.

Faktor-faktor seperti perubahan masyarakat dan teknologi baru, peraturan dan harapan pasar mengarahkan perusahaan untuk mengadopsi perspektif yang lebih luas saat menganalisis resiko yang mungkin tidak mereka inginkan. Karena itu, cara terbaik bagi perusahaan untuk dapat bertahan dan berhasil dalam jangka panjang adalah dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat yang terus berubah. Hal itu telah disadari oleh para pemimpin perusahaan (*Chief Executive Officer-CEO*) di berbagai belahan dunia (Wibisono, 2006:7). Dengan memberikan perhatian yang cukup terhadap kepuasan *stakeholder* akan berdampak pada reputasi dan pangsa pasar perusahaan. Perhatian terhadap kepuasan *stakeholder* diunjukkan dengan adanya CSR. CSR bermanfaat membantu perusahaan membangun hubungan baik dengan pemerintah, komunitas, dan *stakeholder* lainnya yang mampu menghindarkan perusahaan dari sanksi hukum, meluaskan reputasi dan kredibilitas perusahaan.

Perusahaan yang terlibat dalam aktivitas sosial akan membuat produk atau jasa perusahaan menjadi lebih *attractive* dan menyentuh konsumen secara keseluruhan. Kondisi tersebut membuat perusahaan menjadi lebih menguntungkan (Hopkins, 2004). Pada awal mengimplementasikan CSR akan meningkatkan biaya (*cost*) bagi perusahaan, namun keuntungan yang akan didapat perusahaan nantinya jauh lebih besar dibandingkan biaya yang dikeluarkan perusahaan.

CSR diteliti sebagai sumber keunggulan kompetitif karena CSR tidak hanya berakhir pada aktivitas sosial saja (Branco dan Rodrigues, 2007), tetapi juga memiliki *continuous impact* yang positif bagi perusahaan. CSR membantu perusahaan memperoleh kelangsungan kinerja ekonomi dan keuangan yang kuat bagi jangka panjang. Dengan mengimplementasikan CSR secara tidak langsung perusahaan telah meminimalkan biaya implisit dari tindakan tak bertanggungjawab perusahaan (*irresponsible acts*). Biaya implisit tersebut antara lain: biaya hukum akibat tuntutan adanya limbah perusahaan yang merusak lingkungan, biaya *claim* karyawan akibat ketidakpedulian perusahaan terhadap kondisi kesehatan dan keamanan karyawan selama bekerja. Legnick-Hall (1996)

dalam Goukasian dan Whitney (2007) mengatakan bahwa kualitas CSR memampukan perusahaan membangun hubungan yang efektif dengan *stakeholder* (tidak hanya *shareholder*), meningkatkan daya saing perusahaan, dan menyediakan keuntungan kompetitif dalam pasar bagi produk perusahaan, selanjutnya akan berdampak pada kinerja keuangan yang lebih tinggi. Karena menguntungkan, maka CSR diintegrasikan ke dalam perusahaan, atau minimal CSR akan dijalankan untuk jangka panjang (Hess *et al* (2002); Porter dan Kramer (2002); dan Smith (2003) dalam Branco dan Rodrigues (2007)).

✓ Kotler (2005) dalam Lenny (2006) memaparkan **manfaat** melakukan tanggungjawab sosial perusahaan dalam strategi dan operasi bisnis, yaitu: "Meningkatkan penjualan dan saham di pasaran (*increased sales and market share*), menguatkan posisi merk (*strengthened brand positioning*), meningkatkan citra dan pengaruh perusahaan (*enhanced corporate image and clout*), meningkatkan kemampuan untuk menarik, memotivasi, dan mempertahankan karyawan (*increased ability to attract, motivate, and retain employees*), mengurangi biaya operasi (*decreased operating cost*), meningkatkan kemampuan untuk menarik investor dan analis keuangan (*increased appeal to investor and financial analysts*)." **Manfaat lainnya** program CSR (Heal dan Garret, 2004): "Pengurangan resiko, pengurangan sampah, membaiknya hubungan dengan pembuat aturan, meningkatkan ekuitas merek, membaiknya hubungan antar masyarakat dan produktivitas karyawan, menurunkan biaya modal".

✓ Selain itu masih terdapat beberapa keuntungan lainnya dengan melakukan CSR, yaitu (Amalia, 2006): meningkatkan *image* perusahaan, mengurangi biaya promosi iklan, meningkatkan kemampuan perusahaan untuk memotivasi karyawan, dan meningkatkan ketertarikan investor terhadap perusahaan. Perubahan perilaku organisasi atau perusahaan dengan melakukan aktivitas CSR membawa manfaat bagi perusahaan, dan tentunya juga berdampak pada *stakeholders* sebagai pihak pencrma aktivitas CSR perusahaan.

Menurut Bradshaw dalam Harahap (2002), CSR dibagi dalam 3 bentuk: 1) *Corporate Philanthropy*, di sisi ini tanggungjawab sosial perusahaan masih bersifat kerelaan dan kedermawanan, belum sampai merupakan tanggungjawab; 2) *Corporate Responsibility*, kegiatan pertanggungjawaban sosial sudah merupakan tanggungjawab perusahaan, bisa karena ketentuan Undang-Undang atau inisiatif dan kesadaran perusahaan; 3) *Corporate Policy*, tanggungjawab sosial sudah merupakan bagian dari kebijakan perusahaan.

Tanggung jawab sosial perusahaan terdiri dari empat kategori (Caroll (1991) dalam Branco dan Rodrigues (2007)): 1) Tanggungjawab ekonomi, yang merefleksikan kepercayaan bahwa perusahaan mempunyai tanggungjawab untuk memproduksi barang dan jasa yang diinginkan konsumen, dan perusahaan akan memperoleh keuntungan dalam proses penyediaan barang dan jasa; 2) Tanggungjawab hukum, di mana perusahaan diharapkan untuk mengejar tanggungjawab ekonomi dalam batasan hukum tertulis; 3)

Tanggungjawab etis, di mana perhatian perusahaan terhadap harapan masyarakat akan perilaku bisnis, yang tidak diatur dalam hukum tertulis tetapi pada norma-norma, standar tak tertulis, dan nilai implisit yang diterima masyarakat; 4) *Discretionary or Philanthropic Responsibility*. Masyarakat berharap perusahaan tidak melakukan aktivitas bisnis yang merugikan masyarakat. Selain itu diharapkan pula perusahaan dalam melakukan tanggungjawab sosial bukan karena paksaan hukum tetapi karena kesadaran dan kebijakan internal perusahaan.

Penilaian CSR menggunakan skor didapat dengan mengevaluasi data perusahaan yang meliputi (KLD *Statistics*, 2007): 1) Penilaian terhadap lingkungan, yang meliputi energi alternatif, perubahan iklim, kewajiban, sistem manajemen, dan masalah lingkungan; 2) Penilaian sosial, yang meliputi hubungan dengan komunitas, keberagaman, hubungan dengan karyawan, hak asasi manusia, dan produk; 3) Penilaian tata kelola perusahaan, yang meliputi akuntansi, kompensasi, kepemilikan, tanggungjawab politik, dan ketransparansian; 4) Penilaian isu bisnis kontroversial, yang meliputi alkohol, senjata api, perjudian, militer, daya nuklir, dan tembakau.

Proses penelitian KLD *Statistics* berasal dari data kinerja perusahaan yang tersedia dalam *database KLD* yaitu Socrates. KLD secara berkesinambungan memperbarui informasi perusahaan menggunakan data dari dokumen publik, agen nonpemerintah, agen pemerintah, *press searches*, *trade journals*, *industry and regional publication*, dan hubungan langsung dengan perusahaan. KLD *Statistics* merupakan suatu alat untuk penelitian komparatif dan statistik atas tren tanggungjawab sosial. Data KLD *Statistics* tersedia dalam *spreadsheet*, dengan data dari tiap tahun yang merupakan suatu gambaran kondisi atau *snapshot* peringkat tata kelola (*corporate governance*), sosial, dan lingkungan dari masing-masing perusahaan. Data KLD *Statistics* ini yang akan diproses lebih lanjut oleh KLD *Research & Analytics, Inc.*

Skor yang digunakan dalam penelitian ini adalah skor yang dikumpulkan oleh KLD *Research & Analytics*, namun dipublikasikan oleh *Business Ethics Magazine*. Peringkat 100 ke atas merupakan perusahaan yang tidak melakukan kesalahan/pelanggaran terhadap diskriminasi umur para pekerjanya, tidak memberi pinjaman yang memberatkan, menolak polusi udara, serta menerapkan *substandard overseas working conditions* dan jumlah *shortcoming* lainnya.

2.5. Kinerja Perusahaan

Pengukuran kinerja adalah proses menentukan seberapa baik aktivitas bisnis dilakukan untuk mencapai tujuan, strategi, mengeliminasi pemborosan-pemborosan dan menyajikan informasi tepat waktu untuk melakukan penyempurnaan secara berkesinambungan. Kinerja perusahaan yang baik mempengaruhi kemudahan perusahaan untuk memperoleh pinjaman, mempengaruhi keputusan investor dalam menanamkan modalnya dan bagi masa depan perusahaan.

Pengertian kinerja adalah (Stoner, 1995:9): "ukuran seberapa efisien dan efektif seorang manajer atau sebuah perusahaan, seberapa baik manajer atau perusahaan tersebut mencapai tujuan yang memadai". Kinerja perusahaan adalah hasil dari banyak keputusan individual yang dibuat secara terus-menerus oleh manajemen. Oleh karena itu, untuk menilai kinerja perusahaan perlu dilibatkan analisis dampak keuangan kumulatif dan ekonomi dari keputusan dan mempertimbangkannya dengan menggunakan ukuran komparatif.

Pengukuran kinerja merupakan salah satu faktor penting bagi perusahaan, di mana dasar dari pengukuran kinerja adalah penilaian perilaku dalam melaksanakan peran untuk mencapai tujuan perusahaan. Pengukuran kinerja menyediakan informasi bagi manajemen untuk proses pengawasan, pengevaluasian, dan penerapan hasil yang harus dicapai. Pengukuran kinerja bermanfaat untuk mengetahui apakah kegiatan dilakukan sesuai kriteria yang ditetapkan dan pengendalian telah dilakukan untuk mencapai target yang diharapkan.

Dalam sebuah perusahaan terdapat hubungan antara berbagai pihak yang berkepentingan (*stakeholder*), yaitu penanam modal, karyawan, pelanggan, pemasok, pemerintah, dan masyarakat. Hubungan antara perusahaan dengan pihak-pihak berkepentingan mengalami perubahan dalam beberapa tahun ini. Hubungan terkuat adalah antara organisasi dengan penanam modal, pelanggan, karyawan, pemasok (*supplier*), dan *regulator* (Wibisono, 2006:6-7).

Sekarang ini dan untuk masa depan, cara terbaik bagi perusahaan untuk berhasil dalam jangka panjang adalah dengan mengetahui keinginan dan kebutuhan *stakeholder* dan berusaha memenuhi *needs and wants*. Perusahaan dituntut mampu memenuhi kepuasan *stakeholdernya* di samping kepuasan *shareholder*. Perusahaan yang mampu memenuhi kepuasan *stakeholdernya* akan berdampak positif pada reputasi perusahaan dan pangsa pasar. Sebaliknya, perusahaan dapat menuntut kontribusi lebih dari masing-masing *stakeholder*. Masalahnya, bukan hal mudah memenuhi semua permintaan *stakeholder* dalam sebuah kerangka sistem manajemen kinerja. Sarana pembuktian bahwa aktivitas perusahaan bermanfaat atau memberi nilai tambah bagi masyarakat adalah berupa data pengukuran yang valid yang sebaiknya menyangkut kepentingan masyarakat, seperti penerapan ranking secara nasional, standar kinerja internasional, akreditasi, dan sertifikasi. Ukuran yang banyak memperoleh perhatian adalah dari variabel yang menunjukkan sejauh mana perusahaan melakukan aktivitas yang dapat dirasakan masyarakat (*corporate social responsibility*) (Wibisono, 2006:17).

Dalam usaha untuk memahami hubungan antara CSR dan kinerja keuangan, ada beberapa studi empiris yang mengkhususkan pada pembahasan mengenai hubungan antara CSR dan kinerja keuangan. Studi-studi ini secara keseluruhan masih memasukkan hubungan positif antara *Corporate Social Performance (CSP)* dan kinerja. Beberapa pendapat menyatakan bahwa ada efek timbal balik dalam hubungan antara CSR dan kinerja, di

mana perusahaan-perusahaan yang menghadirkan kinerja dengan baik biasanya mendukung CSP, dan perusahaan yang mengadopsi CSP biasanya menampilkan kinerja keuangan dengan baik (Bernan *et al.* (1999) dalam Goukasian dan Whitney (2007). Coe dan Wood (1984) dalam Goukasian dan Whitney (2007), menemukan bahwa hubungan antara CSR dan kinerja keuangan adalah positif. Hilman dan Keim (2001) serta Waddock dan Graves (1997) dalam Goukasian dan Whitney (2007), menemukan bahwa meningkatkan CSR berakibat pada kinerja keuangan yang lebih baik dan kinerja keuangan yang kuat membuat perusahaan melakukan investasi CSR dan meningkatkan investasi CSRnya

3. HIPOTESIS

Perusahaan yang bertanggungjawab secara sosial akan berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan, dan sebagai akibatnya akan meningkatkan persepsi konsumen dan investor atas perusahaan, yang pada akhirnya akan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Legnik-Hall (1996) dalam Goukasian dan Whitney (2007) mengatakan bahwa kualitas CSR memungkinkan perusahaan membangun hubungan yang efektif dengan *stakeholder* (tidak hanya *shareholder*), meningkatkan daya saing perusahaan, dan menyediakan keuntungan kompetitif dalam pasar bagi produk perusahaan, selanjutnya akan berdampak pada kinerja keuangan yang lebih tinggi. Dengan keunggulan itu, meskipun tujuan utama perusahaan yaitu kesejahteraan *shareholder*, namun perusahaan yang menerapkan CSR tetap dapat mencapainya, bahkan tujuan tersebut dapat dicapai lebih efisien dengan memperhatikan kebutuhan semua *stakeholdernya*. Oleh karena itu, dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

H_0 = CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan yang terdaftar sebagai 100 *Best Corporate Citizens* oleh KLD *Research & Analytics*.

H_1 = CSR berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan yang terdaftar sebagai 100 *Best Corporate Citizens* oleh KLD *Research & Analytics*.

4. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini digunakan pendekatan kuantitatif dengan pengujian hipotesis untuk menguji pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan. CSR (X) diukur dengan menggunakan indeks *return shareholder* dan *stakeholders* yang dipublikasikan oleh *Business Ethics: KLD Research & Analytics*. Kinder, Lydenberg and Domini *Research & Analytics, Inc.* KLD membagi analisis kriteria CSR ke dalam delapan kategori, yaitu: *community, corporate governance, diversity, employee relations, environments, human rights, product quality, controversial business issues*. Penilaian CSR menggunakan total CSR yang diukur oleh KLD *Research & Analytics*, yang tertera dalam daftar 100 *Best Corporate Citizens*.

Sementara kinerja keuangan diukur dengan ROE (Y_1) dan ROI (Y_2). ROE menggambarkan sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang bisa diperoleh pemegang saham (laba bersih dibandingkan dengan ekuitas) (Bodie *et al.* 2006). ROI mengukur kemampuan perusahaan dengan keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktiva yang digunakan dalam kegiatan operasi perusahaan (laba bersih dibandingkan dengan aktiva) (Home dan Wachowicz, 1997: 148).

Populasi penelitian adalah sebuah perusahaan yang disurvei KLD dan termasuk dalam 100 *Best Corporate Citizens* untuk tahun 2000-2006 (jumlah populasi sebanyak 700 perusahaan) dengan kriteria pengambilan sampel perusahaan yang memiliki data *net income, total equity, dan total assets* pada tahun 2000-2006 yang dapat diakses di *website* masing-masing perusahaan. Berdasarkan kriteria tersebut diperoleh sampel sebanyak 404 perusahaan.

Analisis data menggunakan *k-Imogorov-smirnov test* untuk mengetahui normalitas distribusi data dan pengujian hipotesis menggunakan regresi sederhana untuk menjelaskan pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan (ROE dan ROI) dengan (α) = 5% .

5. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Uji normalitas χ terhadap (ROE) dan (ROI) menunjukkan ketidaknormalan *plot distribution*, karena itu dilakukan *logarithmic transformation* (Doane dan Seward, 2007:525). Hasil *logarithmic transformation* juga masih memiliki kendala yaitu adanya data *major outliers* sehingga data tersebut dihilangkan. Karena itu, dari sampel perusahaan sebanyak 404 dihilangkan 32 perusahaan yang memiliki data *outliers*, sehingga jumlah sampel akhir adalah 372 perusahaan.

Hasil analisis regresi sederhana CSR terhadap ROE dan ROI adalah sebagai berikut:

- Hasil Analisis Regresi CSR terhadap ROE

Tabel 1
Model Summary CSR terhadap ROE

Model Summary ^a				
Model	R	RSquare	Adjusted R.Square	Std. Error of the Estimate
1	.083 [*]	.007	.004	.147415039

^a Predictors: (Constant), X

^b Dependent Variable: Y1

Sumber: www.kld.com dan laporan keuangan masing-masing perusahaan (diolah)

R Square menunjukkan 0,007 atau 0,7% yang menunjukkan bahwa 0,7% variabilitas ROE mampu dijelaskan oleh CSR, sedangkan 99,3% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam model ini.

Tabel 2
Hasil Koefisien Regresi CSR terhadap ROE

		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.131	.011		11.569	.000
	X	1.169E-02	.007	.083	1.610	.108

^aDependent Variable: Y1

Sumber: www.kld.com dan laporan keuangan masing-masing perusahaan (diolah)

Tabel 2 terlihat bahwa koefisien yang diperoleh dalam model regresi tersebut tidak signifikan ($\alpha > 5\%$) menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap ROE (H_0 diterima). Hasil pengujian ini tidak konsisten dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tsoutsoura (2004) yang menyebutkan adanya hubungan positif antara CSR dengan ROE.

- Hasil Analisis Regresi CSR dan ROI

Tabel 3
Model Summary: CSR terhadap ROI

Model Summary ^a				
Model	R	RSquare	Adjusted R.Square	Std. Error of the Estimate
1	.113 ^b	.013	.010	.058681642

^aPredictors: (Constant), X

^bDependent Variable: Y1

Sumber: www.kld.com dan laporan keuangan masing-masing perusahaan (diolah)

R Square menunjukkan 0,013 atau 1,3% yang menunjukkan bahwa 1,3% variabilitas ROI mampu dijelaskan oleh CSR, sedangkan 98,7% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam model ini.

Tabel 4
Hasil Koefisien Regresi CSR terhadap ROI

		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,183E-02	.004		11.546	.000
	X	6.293E-03	.003	.113	2.178	.030

^aDependent Variable: Y2

Sumber: www.kld.com dan laporan keuangan masing-masing perusahaan (diolah)

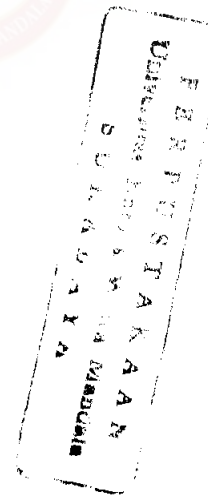
Tabel 4 menunjukkan bahwa koefisien yang diperoleh dalam model regresi tersebut signifikan ($\alpha > 5\%$) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap ROI (H_0 ditolak).

6. IMPLIKASI DAN KETERBATASAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan ditemukan bukti empiris bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap ROE, namun CSR berpengaruh secara signifikan terhadap ROI. Ini menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan CSR tetap dapat menampilkan kinerja keuangannya (ROI) dengan baik, meskipun dilihat dari ROE tidak signifikan.

Hal ini dapat digunakan sebagai salah satu pertimbangan bagi investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan yang memiliki komitmen CSR dan mengurangi anggapan bahwa penerapan CSR yang berbiaya besar justru mengurangi *return* yang diharapkan investor. Demikian pula bagi manajemen, agar dapat lebih memperhatikan pelaksanaan CSR dengan efektif di mana hal tersebut akan mampu mendorong perusahaan untuk memiliki kinerja yang lebih baik lagi, sehingga diharapkan perusahaan juga dapat bersaing secara terbuka dengan perusahaan multinasional lainnya dalam menghadapi persaingan global.

Penelitian ini hanya melihat kinerja dari sisi keuangan saja, sehingga alangkah baiknya dalam penelitian selanjutnya dalam digunakan ukuran kinerja secara komprehensif. Demikian pula alat uji yang digunakan adalah regresi sederhana, sehingga diharapkan peneliti selanjutnya dapat menggunakan model atau alat uji yang berbeda sebagai bahan perbandingan.



DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Amalia, Ditta. (2006). *Corporate Social Responsibility yang dilakukan. Public Relations Telkom Divre V Jawa Timur*. Universitas Kristen Petra, Surabaya
- Argandona, Antonio. (2005). *Firm, Market Economy and Social Responsibility*. University of Navarra, IESE Business School. Working Paper, WP No. 000, Juli: 1-20.
- Barnett, Michael L.. (2005). *Stakeholder Influence Capacity and The Variability of Financial Returns to Corporate Social Responsibility*. Academy of Management Review, October: 1-54.
- Bodie, Zvi, Alex Kane, dan Alan J. Marcus, (2006). *Investments*, 6th ed., Jakarta: Salemba Empat.
- Branco, Manuel Castelo, dan Lucia Lima Rodrigues. (2007). *Positioning Stakeholder Theory within The Debate on Corporate Social Responsibility*, Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies, Vol. 12, No. 1, Hal: 5-15.
- Ciphardian, Yudhit, (2007), Nobel Perdamaian 2007 dan Keprihatinan Gereja, Oktober: 1.
- Doane, David P., dan Lori E. Seward. (2007). *Applied Statistics in Business and Economics*, New York: Mc Graw-Hill Companies, Inc.
- Goukasian, Levon, dan Keith L. Whitney, (2007), *Do Ethically and Socially Responsible Under-perform? Evidence from Financial and Operating Performances*, Business Administration Division, March: 1-30.
- Harahap, (2002), *Fengungkap Pertanggungjawaban Sosial dan Posisinya dalam Laporan Keuangan Perusahaan Go Publik Terdaftar di BES, STIE Perbanas, Surabaya*.
- Heal, Geoffrey, dan Paul Garrett, (2004), *Corporate Social Responsibility-An Economic and Financial Framework*, Columbia Business School. December: 1-33.
- Hopkins, Michael, (2004), *Corporate Social Responsibility: An Issues Paper*, Policy Integration Department World Commission on The Social Dimension of Globalization International Labour Office Geneva, May: 1-33.
- Horne, J.C.V., dan J.M. Wachowicz, (1997), *Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan*, edisi kesembilan, Jakarta: Salemba Empat.
- <http://en.wikipedia.org/wiki/Corporate>. Diakses tanggal 25 Agustus 2007.
- [http://jawapos.co.id/index.php/Transparency International Indonesia_The Coalition Against Corruption](http://jawapos.co.id/index.php/Transparency%20International%20Indonesia_The%20Coalition%20Against%20Corruption). Diakses tanggal 25 Agustus 2007.
- , (2007), CSR dalam UU, *Transparency International Indonesia*, Juli: 1. Diakses tanggal 25 Agustus 2007
- <http://www.business-ethics.com>. Diakses tanggal 25 Agustus 2007.
- <http://www.google.com> Business & Biodiversity. The Handbook for Corporate Action. Earthwatch Europe. IUCN, The World Business Council for Sustainable Development (2002) Warta Kehati, Keanekaragaman Hayati dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan-16-17 April 2003. Diakses tanggal 5 Juli 2007.
- <http://www.kld.com>. Diakses tanggal 8 Juli 2007
- <http://www.OECD.org>. Diakses tanggal 8 Juli 2007
- Jalal. (2007). Isu Pemanasan Global dalam CSR. *Transparency International Indonesia*. www.google.com. Diakses tanggal 5 Juli 2007.
- Lenny, F., (2006). *Strategi Komunikasi Corporate Social Responsibility PT.TELKOM DIVRE V*, No. 10010089/KOM/2006. Universitas Kristen Petra, Surabaya.
- O'Regan, Philip, (2006), *Financial Information Analysis*, Chichester, West Sussex, England: John Willey & Sons, Ltd.
- Prasetyantoko, Agustinus. (2002), Moral or Commercial Imperative?. September. www.kompas.com. Diakses tanggal 8 Juni 2007.
- Purwati, Ani. (2006). *CSR bukan Cost semata tetapi juga Sebuah Investasi Jangka Panjang*. Beritabumi. www.google.com. Diakses tanggal 17 September 2007.
- Setiawan, Hendra. (2005). *Corporate Social Responsibility*, Universitas Kristen Petra, Surabaya.
- Siswanto, Maria Magdalena, (2007), *Sikap Komunitas Lokal Mengenai Program Corporate Social Responsibility (CSR) yang dijalankan oleh Humas PT. Pertamina (PERSERO) UPMS V Surabaya*, No. 10010152/KOM/2007, Universitas Kristen Petra, Surabaya.
- Stoner, James A.F., (1995). *Management*, 6th ed., United States of America: Prentice Hall International Inc.
- Tandelilin, Eduardus, (2001), *Analisis Investasi dan Manajemen Portofolio*, Edisi Pertama, Yogyakarta: BPFY Yogyakarta.
- Tanimoto, Kenji, dan Kanji Suzuki, (2005), *Corporate Social Responsibility in Japan: Analyzing The Participating Companies in Global Reporting Initiative*, Working Paper, March: 1-20.
- Tsoutsoura, Margarita, (2004), *Corporate Social Responsibility and Financial Performance*, Haas School of Business, March: 1-21.
- Weston, J.F., dan E.F. Brigham, (1993). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*, edisi kesembilan, Jakarta: Erlangga.
- Wibisono, Dermawan, (2006), *Manajemen Kinerja, Konsep, Desain, dan Teknik Meningkatkan Daya Saing Perusahaan*, Ciracas. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Zuhroh, Siti. (2006), *Upaya Mengembangkan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Suatu Pendekatan Etis*, *Jurnal Eksekutif*, Vol. 3, No. 2, Agustus: 122-125.

akuntansi lingkungan. Selain itu bagi perusahaan, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk pengambilan kebijakan oleh manajemen perusahaan.

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan dan Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial

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). 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). *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) mengatakan bahwa *Corporate Sustainability Reporting* terbagi menjadi 3 kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial (lihat dalam Table 2.1). Sedangkan Zhegal & Ahmed (1990) 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.

Gray et al. (1995) mengatakan bahwa sifat dan volume pelaporan mengenai pertanggungjawaban 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 & Urnerman (1994) mengatakan bahwa variasi pelaporan tersebut disebabkan oleh budaya atau norma yang berlaku pada masing-masing negara.

Masukkan Tabel 1 di sini

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. Pelaporan Informasi Sosial dan Pemilihan Kebijakan Akuntansi

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 [Dierkes & Antal (1986), dalam Mangos & Lewis (1995)]. Mangos & Lewis (1995) mengatakan perlunya paradigma sosial-ekonomi untuk menganalisis pemilihan praktik akuntansi oleh manajemen. Mereka menyarankan 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.

Keputusan kebijakan akuntansi oleh manajer dapat dijelaskan dengan menggunakan teori keagenan dari Jensen & Meckling (1976). 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 biaya pengawasan (*monitoring costs*), biaya kontrak (*contracting costs*), dan 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 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.

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).

2.2.1. Keperluan Manajemen

Konflik kepentingan antara manajer dengan pemilik menjadi semakin besar ketika kepemilikan manajer terhadap perusahaan semakin kecil [Jensen & Meckling (1976)]. 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 [Gray, et al. (1988)].

H₁: ada pengaruh positif jumlah prosentase kepemilikan manajemen dengan kebijakan pengungkapan informasi sosial.

2.2.2. Financial Leverage

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)]. Oleh karena itu perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah. Pendapat lain mengatakan bahwa 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

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).

H₂: ada hubungan negatif antara pengungkapan informasi sosial dengan tingkat *leverage*.

2.2.3. Biaya Politis

Menurut hipotesis biaya politis, 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 Scott (1997)]. 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 diprosikan dari nilai kapitalisasi pasar, total asset, log penjualan, dsb.

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 Dickers & Perston (1977) dalam Hackston & Milne (1996) menzakar 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*.

H₃: ada hubungan positif antara pengungkapan informasi sosial dengan ukuran perusahaan dan tipe industri

2.2.4. Profitabilitas

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.

H₄: ada hubungan positif antara pengungkapan informasi sosial dengan tingkat profitabilitas perusahaan.

- 4. Profitabilitas (PM)
Diukur dengan *Net Profit Margin* (Laba bersih/Pendapatan)

3.3. Cara Penelitian

Analisis dilakukan dengan :

- 1. Mendeskripsikan pengungkapan informasi sosial dalam laporan keuangan tahunan oleh perusahaan yang terdaftar di B.T.J
- 2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pengungkapan informasi sosial digunakan model analisis regresi berganda, dengan bentuk persamaan sbb.:

$$IS_i = a + b_1MAN_i + b_2LEV_i + b_3SIZE_i + b_4IND_i + b_5PM_i + e$$

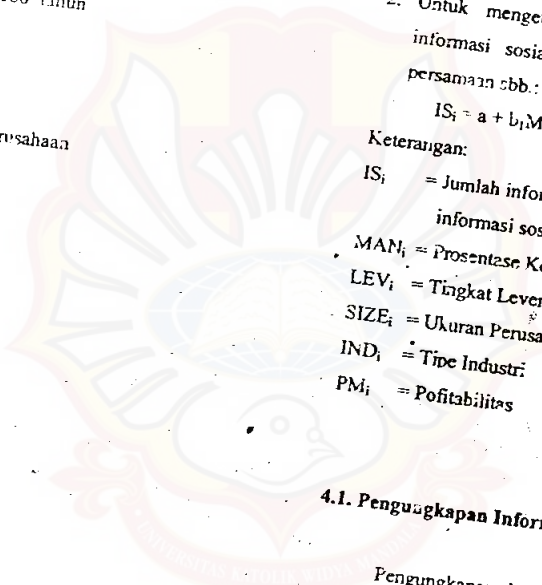
Keterangan:

- IS_i = Jumlah informasi Sosial yang diungkapkan (berpedoman pada kategori informasi sosial menurut Darwin (2004)
- MAN_i = Prosentase Kepemilikan Manajemen
- LEV_i = Tingkat Leverage
- SIZE_i = Ukuran Perusahaan
- IND_i = Tipe Industri
- PM_i = Profitabilitas

4. Analisis Data

4.1. Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan

Pengungkapan informasi sosial dikelompokkan menjadi 6 kelompok sesuai dengan kategori informasi sosial menurut Darwin (2004). Pada tabel 3 disajikan jumlah pengungkapan informasi sosial untuk setiap kelompok informasi dalam setiap industri.
Masukkan Tabel 3 di sini



... perusahaan yang go publik di Bursa Efek

- adalah sebagai berikut:
1. Sampel yang dipilih adalah semua perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta selama tahun 2000-2004, sehingga perusahaan yang telah di-*delisting* dari bursa tidak dimasukkan sebagai sampel.
- 2. Perusahaan-perusahaan yang menjadi sampel adalah perusahaan yang mempublikasikan laporan keuangan lengkap (termasuk catatan atas laporan keuangan).

Atas dasar kriteria tersebut di atas diperoleh sampel sebanyak 1188 tahun perusahaan. Ringkasan proses pemilihan sampel dapat dilihat pada table 2.

Masukkan Tabel 2 di sini

3.2. Variabel Penelitian

Faktor-faktor yang akan diuji pengaruhnya terhadap kebijakan perusahaan dalam melakukan pengungkapan informasi sosial adalah:

- 1. Prosentase Kepemilikan Manajemen (MAN)
Diukur dengan prosentase saham yang dimiliki manajemen.
- 2. Tingkat *Leverage* (LEV)
Diukur dengan rasio Utang/Ekuitas
- 3. Biaya Politis, yang diproksi dengan:
 - a. Ukuran Perusahaan (SIZE)
Diukur dengan kapitalisasi pasar
 - b. Tipe Industri (IND)

Variabel *dummy*, yaitu:

- 1 = Perusahaan yang termasuk dalam industri yang *high-profile*
- 0 = Perusahaan yang termasuk dalam industri yang *low-profile*

Kriteria untuk menentukan perusahaan dengan *high-profile* dengan *low-profile* digunakan pengelompokan menurut Roberts (1992), Presten (1977) dan Patten (1991) dalam Hackston & Milne (1996). Perusahaan-perusahaan yang

Pada tabel 3 terlihat bahwa hampir semua perusahaan sampel mengungkapkan kinerja ekonominya. Pengungkapan kinerja ekonomi ini lebih banyak berkaitan dengan tanggung jawab perusahaan terhadap karyawannya, yaitu dalam bentuk pemberian uang pesangon, pensiun, dan bonus. Pengungkapan ini dilakukan karena Menteri Tenaga Kerja mengeluarkan surat keputusan No. Kep-150/Men/2000 tentang penyelesaian pemutusan hubungan kerja dan penetapan uang pesangon, uang penghargaan masa kerja dan ganti kerugian di perusahaan. Selain itu juga IAI mengeluarkan PSAK No. 57 tentang kewajiban diestimasi, kewajiban kontinjensi dan Aktiva kontinjensi yang berlaku efektif mulai tanggal 1 Januari 2001, kemudian perusahaan harus mengestimasi kewajiban kontinjensinya termasuk pemberian pesangon, penghargaan masa kerja dan ganti rugi karyawan.

Jika dilihat pada tabel 1, pengungkapan kinerja lingkungan masih sangat sedikit. Hal ini mungkin disebabkan oleh kurangnya kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan juga belum ada aturan mengenai tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan. Pada perusahaan perbankan dan asuransi sebagian besar (lebih dari 50%) mengungkapkan informasi mengenai praktik kerja, yaitu informasi yang berkaitan dengan tanggung jawab perusahaan dalam pengelolaan sumber daya manusia. Hal ini bisa dimengerti bahwa industri ini sangat tergantung pada kemampuan manusia (karyawan) dalam memberikan jasanya kepada pelanggan.

Sebagian besar perusahaan juga sudah mengungkapkan tanggung jawabnya terhadap masyarakat dengan melakukan kegiatan-kegiatan sosial, antara lain memberikan sumbangan serta tanggung jawab perusahaan terhadap kualitas produk yang dihasilkan. Hal ini mungkin terjadi karena tuntutan sosial ekonomi masyarakat serta tingkat persaingan yang tinggi sehingga perusahaan harus menunjukkan perhatiannya yang besar kepada masyarakat.

4.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial

Pada tabel 4 disajikan hasil pengujian statistik untuk melihat pengaruh prosentase kepemilikan manajemen (MAN), Tingkat Leverage (LEV), biaya Politik,

yang diproksi dengan ukuran perusahaan (SIZE) dan tipe industri (IND), terhadap kebijakan perusahaan dalam melakukan pengungkapan informasi sosial

Hasil pengujian ini sudah memenuhi asumsi klasik, yaitu tidak ditemukannya multikolinieritas (nilai VIF untuk semua variabel berkisar antara 1 dan tidak ada yang nilainya lebih dari 2), nilai Durbin Watson sebesar 1,651 artinya tidak ada otokorelasi (Alhusin, 2003:202), sedangkan hasil analisis plot residual terhadap nilai independen variabel menghasilkan nilai plot, yang berarti tidak ada heteroskedastisitas (Hair et al., 1998: 174).

Masukkan Tabel 4 di sini

Berdasar tabel 4 diatas terlihat bahwa hanya variabel presentase kepemilikan manajemen (MAN) dan tipe industri (IND) yang berpengaruh signifikan terhadap kebijakan perusahaan dalam mengungkapkan informasi sosial dengan arah sesuai dengan yang diprediksi. Semakin besar kepemilikan manajer di dalam perusahaan, manajer perusahaan akan semakin banyak mengungkapkan informasi sosial. Hal ini mendukung teori keagenan, yaitu bahwa semakin banyak kepemilikan manajemen di dalam perusahaan, manajemen akan semakin banyak melakukan kegiatan produktif yang dapat meningkatkan image perusahaan. Selain itu tipe industri juga berpengaruh terhadap kebijakan perusahaan dalam mengungkapkan informasi sosial. Hal ini berarti bahwa industri yang *high-profile* yaitu industri yang memiliki visibilitas konsumen, risiko politik yang tinggi, atau menghadapi persaingan yang tinggi akan cenderung mengungkapkan informasi sosial yang lebih banyak dibandingkan industri yang *low-profile*. Perusahaan-perusahaan yang termasuk dalam industri yang *high-profile* lebih banyak diawasi oleh pemerintah dibandingkan perusahaan yang termasuk dalam industri yang *low profile*.

Penelitian ini tidak berhasil membuktikan pengaruh ukuran perusahaan, leverage dan profitabilitas terhadap kebijakan pengungkapan informasi sosial oleh perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian Hackston & Milne (1996) yang tidak berhasil menemukan hubungan profitabilitas dengan pengungkapan informasi sosial perusahaan.

SIMPOSIUM NASIONAL AKUNTANSI 9 PADANG

Lehman, Glen. 1999. Disclosing New Worlds: A Role for Social and Environmental Accounting and Auditing. *Accounting, organizations and Society*. Vol. 24, p. 217-241

Lewis, Linda and Jeffrey Unrman. 1999. Ethical Relativism: A Reason for Differences in Corporate Social Reporting. *Critical Perspectives on Accounting*. Vol. 10, p. 521-547

Mangos, Nicholas C. and Neil R. Lewis. 1995. A Socio-Economic Paradigm for Analysts' Managers' Accounting Choice Behaviour. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 8, No. 1, p. 38-62

Mardiyah, Aida Ainul. 2002. Pengaruh Informasi Asimetri dan Disclosure terhadap Cost of Capital. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*. Vol. 5 No. 2, Mei, hal. 220-256

Marwata. 2001. Hubungan Antara Karakteristik Perusahaan dan Kualitas Ungkapan Sukarela dalam Laporan Tahunan Perusahaan Publik di Indonesia. *Simpodium Nasional Akuntansi IV*. Bandung. 30-31 Agustus.

Mathews, M.R. 1997. Twenty-Five Years of Social and Environmental Accounting Research: Is there a Silver Jubilee to Celebrate? *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 10, No. 4, p. 481-531.

Ower, David. 2005. CSR After Enron: A Role for the Academic Accounting Profession?. Working Paper. *Sosial Science Research Network*.

Scott, William R. 1997. *Financial Accounting Theory*. New Jersey: Prentice Hall.

Simanjuntak, Binsar H. dan Lus: Widiastuti. 2004. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kelengkapan Pengungkapan Laporan Keuangan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*. Vol. 7, No. 3, September, hal. 251-366.

Suharto, Harry. 2004. Standar Akuntansi Lingkungan: Kebutuhan Mendesak. *Media Akuntansi*. Edisi 42/Tahun XI, hal. 4-5.

The Association of Chartered Certified Accountants (ACCA). 2004. *An Introduction to Sustainability Reporting for Organisations in Indonesia*.

Uro, Kimio and Peter Bartelmus. 1998. *Environmental Accounting in Theory and Practice*. New Jersey: Kluwer Academic Publishers.

Zeghal, Daniel and Sadruin A. Ahmed. 1990. Comparison of Social Responsibility Information Disclosure Media Used by Canadian Firms. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 3, No. 1, p. 38-53

SIMPOSIUM NASIONAL AKUNTANSI 9 PADANG

Tabel 1. Kategori dalam Corporate Sustainability Reporting

Kategori	Aspek
Kinerja Ekonomi	
Pengaruh ekonomi secara langsung	Pelanggan, pemasok, karyawan, penyedia modal dan sektor publik
Kinerja Lingkungan	
Hal-hal yang terkait dengan lingkungan	Bahan baku, energi, air, keberagaman hayati (<i>biodiversity</i>), emisi, sungai, dan sampah, pemasok, produk dan jasa, pelaksanaan, dan angkutan
Kinerja Sosial	
Praktik Kerja	Keamanan dan keselamatan tenaga kerja, pendidikan dan training, kesetaraan kerja
Hak manusia	Strategi dan manajemen, non diskriminasi, kebebasan berserikat dan berkumpul, tenaga kerja di bawah umur, kedisiplinan, keamanan, dll.
Sosial	Komunitas, korupsi, kompetisi dan penetapan harga
Tanggung jawab terhadap produk	Kesehatan dan keamanan pelanggan, iklan yang peduli terhadap hak pribadi.

Sumber: Darwin (2004)

Tabel 2. Sampel

	2000	2001	2002	2003	2004
Total perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta	307	323	329	333	336
Total perusahaan yang datanya tidak lengkap	109	22	10	127	172
Total perusahaan yang datanya diperoleh secara lengkap	198	301	319	206	164
Total Sampel	1188				

Tabel 3. Pengungkapan Informasi Sosial

Industri	Jumlah Perusahaan	Jumlah Perusahaan yang mengungkapkan					
		KE	KL	PK	HM	S	TP
Agriculture, Forestry and Fishing	23	23	1	0	0	0	0
Animal Feed and Husbandry	29	29	0	6	0	18	7
Banking	89	89	1	51	0	15	27
Communication	6	6	0	5	0	2	1
Construction	7	7	1	2	0	4	0
Credit Agencies and other than Bank	37	37	0	12	0	5	4
Holding and Other Investment Company	8	8	0	5	0	5	1
Hotel and Travel Services	22	21	1	12	0	6	9
Insurance	35	35	2	23	1	12	14
Manufacturing, Adhesive	15	15	1	6	0	4	3

- Barney, J. 1991. "Firm Resources and Sustained Competitive Advantage". *Journal of Management*, Vol 17 No. 1
- Benyamin, R. dan Levinson, E. 1993. "A Framework for Managing IT Enabled Changes". *Sloan Management Review*, Summer
- Chin, W.W. 1998. "The Partial Least Square Approach for Structural Equation Modeling". In Marcoulides, G.A. (Ed) *Modern Methods for Business Research*. Mahwah, NJ: Erlbaum
- Goodhue, D et al. 1996. "Can You Long-Term Competitiveness Through IT Assets?". *Sloan Management Review*, Fall
- Hansen, G dan Wernerfelt, B. 1989. "Determinants of Firm Performance: The Relative Performance of Economic and Organizational Factors". *Strategic Management Journal*, 10: 5
- Hammer, M dan Champy, J. 1993. *Reengineering The Corporation a Manifesto for Business Revolution*. Harper Business, New York
- Iman, Ghozali. 2006. *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Holland, C, Lockett, G. dan Blackman, I. 1992. "Planning for Electronic Data Interchange". *Strategic Management Journal*, 13: 7.
- Keen, P.G.W. 1992. "Information Technology and The Management Difference: A Fusion Map". *IBM System Journal*, Vol 32, No. 1
- Lado, A dan Wilson, M. 1994. "Human Resource System and Sustained Competitive Advantage a Competency Based Perspective". *Academy of Management Review*, 19
- Mukhopadhy, T et al. 1997. "Information Technology on Process Output and Quality". *Management Science*, Vol 13, No 12
- Parake, F J dan Astuti, S D. 2003. "Manajemen Sumber Daya Manusia Sebagai Sumber Keunggulan Kompetitif yang Berkelanjutan". *Fokus Ekonomi*, Vol 2 No 1, April
- Powell, T dan Dent Micallef, A. 1997. "Information Technology as Competitive Advantage: The Role of Human, Business, and Technology Resources". *Strategic Management Journal*, Vol 18: 5
- Rockart, J dan Short, J. 1989. "IT in the 1990s: Managing Organizational Interdependence". *Sloan Management Review*, Winter
- Utomo, H dan Dodgson, M. 2000. "The Impact of IT Diffusion Within Small Firms". *Gadjah Mada University Journal*, Vol 2, January No. 1
- Walton, R. 1989. *Up and Planning, The Integrating Information Technology and The Organization*. Harvard Business School Press, Boston
- Semua konstruk mempunyai discriminant validity yang baik karena nilai akar AVE (angka pada diagonal) lebih tinggi dibandingkan dengan nilai korelasi antara konstruk satu dengan konstruk lainnya.

KARAKTERISTIK PERUSAHAAN DAN PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL: STUDY EMPIRIS PADA PERUSAHAAN YANG TERCATAT DI BURSA EFEK JAKARTA

5

Eddy Rismanda Sembiring
Fakultas Ekonomi Universitas Katolik St. Thomas Sumatera Utara

ABSTRACT

The aim of this research is to examine some determinants of corporate social responsibility disclosure in Indonesian companies. The corporate social responsibility disclosures include details of the environment, energy, employee health and safety, employee affair, products, community involvement, and general. Review of previous researches show the inconsistencies. These inconsistencies contribute substantially to the diversity of result. This research attempts to correct with used five corporate characteristics as explanatory variables. They are company size, profitability, profile, size of board of commissioner, and leverage. The sample of this research was extracted with stratified random sampling method. The population is 323 companies, which are listed at Jakarta stock exchange (jse). The 78 corporate annual reports were analyzed as a sample. The technique for examining hypothesis is multiple regression analysis by using spss 10.00 programs. The results indicate that company size, profile and size of board of commissioner have a significant positive influence on the corporate social responsibility disclosure, but profitability and leverage failed to show its significant effect. These results generally coincide with previous research findings on corporate social responsibility disclosure.

Key words: Disclosure, corporate social responsibility disclosure, company size, profitability, profile, size of board of commissioner, leverage

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Informasi merupakan kebutuhan yang mendasar bagi para investor dan calon investor untuk pengambilan keputusan. Adanya informasi yang lengkap, akurat serta tepat waktu memungkinkan investor untuk melakukan pengambilan keputusan secara rasional sehingga hasil yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan. Menurut Undang-undang Pasar Modal No. 8 tahun 1995 pasal 1: informasi atau fakta material adalah informasi atau fakta penting dan relevan mengenai peristiwa, kejadian atau fakta yang dapat mempengaruhi harga efek pada Bursa Efek, dan atau keputusan pemodal, calon pemodal atau pihak lain yang berkepentingan atas informasi atau fakta tersebut.

Salah satu informasi yang sering diminta untuk diungkapkan perusahaan saat ini adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan itu sendiri dapat diartikan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non-keuangan berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya, yang dapat dibuat dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial terpisah (Guthrie dan Mathews, 1985).

Menurut Gray *et. al.*, (1987) tumbuhnya kesadaran publik akan peran perusahaan di tengah masyarakat melahirkan kritik karena menciptakan masalah sosial, polusi, sumber daya, limbah, mutu produk, tingkat *safety* produk, serta hak dan status tenaga kerja. Tekanan dari berbagai pihak memaksa perusahaan untuk menerima tanggung jawab atas dampak aktivitas bisnisnya terhadap masyarakat. Perusahaan dihinbau untuk bertanggung jawab terhadap pihak yang lebih luas dari pada kelompok pemegang saham dan kreditur saja. Freedman (1962) dalam Gray *et. al.*, (1995a) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan untuk memaksimalkan laba tidak secara universal lagi diterima.

Sebagai tanggapan, beberapa institusi akuntansi mulai mempertimbangkan akuntansi sosial perusahaan pada pertengahan 70-an (Ramanathan, 1976 dalam Gray *et. al.*, 1995a) yang bertujuan untuk mengakomodasi kebutuhan perusahaan dalam melaporkan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat. Kemajuan yang dicapai sangat lambat dan sporadis. Peneliti akuntansi mulai mengartikulasikan berbagai perspektif teori yang berbeda dalam mendukung akuntansi sosial seperti *decision usefulness studies*, *economic theory studies*, dan *social and political theory studies*.

Menurut Hackston dan Milne (1996), walaupun fenomena pengungkapan tanggung jawab sosial ini telah muncul lebih dari dua dekade, penelitian tentang praktek pengungkapan tanggung jawab sosial sepertinya terpusat di Amerika Serikat, *United Kingdom*, dan Australia. Hanya sedikit penelitian yang dilakukan di negara lain seperti Kanada, Jerman, Jepang, Selandia Baru, Malaysia, Indonesia dan Singapura. Di Indonesia penelitian tentang praktek pengungkapan tanggung jawab sosial ini antara lain dilakukan oleh Utomo (2000), Henny dan Murtanti (2001), Hasihuan (2001) dan Sembiring (2003).

Berbagai penelitian yang terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menunjukkan kesnekaragaman hasil. Seperti penelitian yang menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh Kelly (1981), Trotman dan Bradley (1981), Pang (1982), Belkaoui dan Karpik (1989), Patten (1991, 1992), Hackston dan Milne (1996), Adams *et. al.*, (1998), dan Gray *et. al.*, (2001). Singh dan Ahuja (1983) dalam Gray *et. al.*, (2001) tidak menemukan hubungan antara kedua variabel tersebut, sedangkan Cowen *et. al.*, (1987) menemukan bahwa hubungan hanya terjadi dengan beberapa kategori tanggung jawab sosial tersebut bukan secara keseluruhan. Keaneke ragaman hasil tersebut sebagian disebabkan karena model yang dikembangkan merupakan model yang sangat sederhana dan pengukuran yang digunakan juga tidak konsisten (Belkaoui dan Karpik, 1989).

Hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan laba merupakan hal sulit untuk dipahami. Misalnya Freedman dan Ulmann (1986), Belkaoui dan Karpik (1989), Hackston dan Milne (1996) menemukan tidak ada hubungan antara variabel tersebut, sedangkan Freedman dan Jaggi (1988) serta Donovan dan Gibson (2000) menemukan hubungan yang negatif dari variabel tersebut. Pada sisi lain beberapa penelitian yang disebutkan dalam Hackston dan Milne (1996) seperti Bowman dan Haire (1976) serta Preston (1978) menemukan hubungan yang signifikan, sedangkan Gray *et. al.*, (2001) menemukan hubungan yang bervariasi setiap tahun untuk kedua variabel tersebut.

Dalam hubungan antara tipe industri dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan juga terjadi ketidakconsistenan hasil. Hackston dan Milne (1996), serta Gray *et. al.*, (2001), menemukan hubungan yang positif dari kedua variabel tersebut. Demikian juga Patten (1991) dan Roberts (1992) seperti yang dinyatakan dalam Hackston dan Milne (1996). Bertolak belakang dengan hal tersebut seperti dinyatakan dalam Hackston dan Milne (1996) adalah penelitian yang dilakukan Kelly (1981), Davey (1982), Ng (1985) dan Cowen *et. al.*, (1987), tidak menemukan hubungan antara kedua variabel

tersebut. Sedangkan Nuss dan Maza dalam Gray *et. al.*, (2001) menemukan bahwa hubungan ini secara khusus terdapat pada industri minyak.

Hubungan antara *leverage* dan pengungkapan sosial juga menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Penelitian yang dilakukan oleh Belkaoui dan Karpik (1989) serta Cormier dan Magnan (1999) menemukan hubungan yang negatif signifikan antara kedua variabel tersebut. Suda dan Kokuubu (1994) dan Kokuubu *et. al.*, (2001) tidak menemukan hubungan antara kedua variabel tersebut. Selain itu Robert (1992) menemukan hubungan yang positif antara kedua variabel tersebut.

2. TELAAH TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting* (Mathews, 1995) atau *corporate social responsibility* (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. Perluasan tersebut dibuat dengan asumsi bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham (Gray *et. al.*, 1987).

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 dipelajari 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. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

2.2.1. *Size* (financial visibility)

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 entitas yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politik 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), Singh dan Ahuja (1983), Davey (1982) dan Ng (1985) juga tidak menemukan hubungan antara variabel ini dan hal tersebut menurut Guthrie dan Mathews (1995) namun

Variabel Independen

Size: konsisten dengan Gray *et. al.*, (2001) digunakan jumlah tenaga kerja sebagai ukuran untuk size perusahaan.

Profitabilitas: Konsisten dengan penelitian terdahulu maka profitabilitas dalam penelitian ini akan diukur dengan menggunakan pendapatan per-lembar saham (*earning per-share*)

Profile: Dummy variabel akan digunakan untuk mengklasifikasikan *high-profile* dan *low-profile*. *High-profile* akan diberi nilai 1 yaitu untuk perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang (Hasibuan, 2001; Haryono dan Muranto, 2001; Utomo, 2000; Hackston dan Milne, 1996): perminyakan dan pertambangan, kimia, busana, kerjas, otomotif, agribisnis, tembakau dan rokok, makanan dan minuman, media dan komunikasi, kesehatan, transportasi, dan pariwisata. Nilai 0 diberikan untuk perusahaan yang *low-profile*, yang meliputi binang bangunan, keuangan dan perbankan, supplier peralatan medis, ritailer, tekstil dan produk tekstil, produk personal, dan produk rumah tangga.

Ukuran Dewan Komisaris: Ukuran dewan komisaris yang digunakan dalam penelitian ini konsisten dengan Beasley (2000) yaitu jumlah anggota dewan komisaris.

Leverage: *Leverage* yang digunakan dalam penelitian ini konsisten dengan pengukuran yang digunakan Kokubu *et. al.*, (2001) yaitu rasio hutang terhadap modal sendiri.

3.3. Model Penelitian

Adapun persamaan untuk menguji hipotesis secara keseluruhan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$ICSD = \beta_0 + \beta_1 TK + \beta_2 EPS + \beta_3 PROFILE + \beta_4 KOM + \beta_5 LEV + e$$

Dimana:

ICSD = Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial

TK = Jumlah tenaga kerja

EPS = Pendapatan per-lembar saham

PROFILE = Profile

KOM = Jumlah anggota dewan komisaris

LEV = Rasio hutang terhadap modal sendiri

β_0 = Intercept

β_1, \dots, β_5 = Koefisien regresi

e = Error

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Gambaran tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berdasarkan sektor dan blok industri menunjukkan jumlah pengungkapan paling banyak dilakukan oleh sektor bank sebanyak 91 pengungkapan atau 6,41% dari total pengungkapan, sedangkan yang paling sedikit adalah perusahaan di sektor *Paper and Allied Products* yang hanya membuat 3 pengungkapan atau 0,28% dari total pengungkapan.

Kategori yang paling banyak diungkapkan perusahaan adalah kategori lain-lain tentang tenaga kerja, yaitu sebanyak 681 pengungkapan atau 47,96% dari total pengungkapan, sedangkan kategori yang paling sedikit diungkapkan adalah kategori energi yang hanya 16 pengungkapan atau 1,13% dari total pengungkapan. Dapat dilihat perusahaan yang membuat pengungkapan maka kategori pengungkapan lain-

lain tentang tenaga kerja diungkapkan oleh keseluruhan perusahaan (100%), sedangkan kategori energi hanya diungkapkan oleh 11 perusahaan (14,10%).

4.2. Uji Kualitas Data

Normalitas: Hasil pengujian dengan *normal probability plot of standardized residual* menunjukkan bahwa titik titik menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa penyebaran data mendekati normal atau memenuhi asumsi normalitas. Hal ini didukung dengan tampilan grafik histogram dan *normal probability plot*.

4.3. Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas: Hasil pengujian menunjukkan tidak ada nilai toleransi yang kurang dari 10%. Demikian juga hasil perhitungan *VIF* yang menunjukkan tidak ada sebarang variabel independen yang memiliki nilai *VIF* lebih dari 5. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antara variabel independen dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas: Hasil Uji Glejser menunjukkan tidak ada variabel independen yang signifikan pada level signifikansi 0,05. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi tersebut. Hasil pengujian ini sejalan dengan grafik scatterplot.

Uji Autokorelasi: Berdasarkan hasil perhitungan nilai *DW* adalah sebesar 2,15. Nilai batas bawah (*dl*) dan batas atas (*du*) untuk $n = 78$ dengan lima variabel bebas adalah $dl = 1,364$ dan $du = 1,624$. Dengan demikian nilai *DW* terletak antara *du* (1,624) dengan $4 - du$ (2,374). Hal ini berarti bahwa dalam model tidak terdapat autokorelasi. Hasil ini didukung dengan hasil uji Breusch-Godfrey yang menunjukkan variabel residual lag (LAGRES) yang tidak signifikan.

4.4. Pengujian Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel size, profitabilitas, profile, ukuran dewan komisaris dan leverage terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Analisis regresi dianggap tepat dalam pengujian ini karena analisis regresi tidak hanya menentukan besarnya hubungan tetapi menentukan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, serta menunjukkan arah dari pengaruh tersebut. Ringkasan hasil pengujian tersebut adalah seperti dalam tabel pada Tabel 1.

Secara simultan, variabel independen (TK, EPS, PROFILE, KOM, dan LEV) mempunyai pengaruh sebesar 37,50% (*Adjusted R² = 0,375*) dalam menentukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil pengujian juga menunjukkan pengaruh ini signifikan secara statistik dengan nilai *F*-hitung sebesar 10,223 ($p = 0,000$).

Dari tabel tersebut juga dapat dilihat bahwa ada tiga variabel yang secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan ($p \leq 0,05$) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (CSD), yaitu size (TK), profile (PROFILE), dan ukuran dewan komisaris (KOM) dengan nilai *t*-hitung dan probabilitas secara berturut turut sebesar 3,986 ($p = 0,000$), 3,896 ($p = 0,000$), dan 2,296 ($p = 0,025$). Dengan demikian hipotesis 1, hipotesis 3 dan hipotesis 4 tidak dapat ditolak karena memiliki $p < 0,05$.

Dua variabel independen, yaitu profitabilitas (EPS) dan leverage (LEV) tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial karena mempunyai nilai probabilitas yang lebih besar dari 0,05 ($p > 0,05$). Nilai *t*-hitung dan probabilitas kedua variabel adalah sebesar 1,218 ($p = 0,227$) dan 0,382 ($p = 0,330$). Berdasarkan hal ini, hipotesis 2 dan hipotesis 5 dapat ditolak.

Hasil penelitian ini mendukung dugaan komisanis yang diproksi dengan jumlah anggota dewan komisaris, menunjukkan pengaruh yang positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini berarti bahwa semakin banyak anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan, maka pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuat perusahaan akan semakin besar.

Hasil penelitian ini bertentangan dengan teori agensi dan didukung dengan pendapat Coller dan Gregory (1999) yang menyatakan bahwa 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. Hasil ini juga berhasil mendukung hasil penelitian Arifin (2002) yang menemukan bahwa dewan komisaris berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan sukarela yang dibuat perusahaan di Indonesia.

4.5.5. Leverage

Ketergantungan perusahaan terhadap hutang dalam membiayai kegiatan operasinya tercermin dalam tingkat *leverage*. *Leverage* ini juga dengan demikian mencerminkan tingkat risiko keuangan perusahaan. Berdasarkan teori agensi, tingkat *leverage* mempunyai pengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dan para *debt holders*.

Dalam penelitian ini, *leverage* yang diproksi dengan rasio hutang terhadap modal sendiri menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan nilai $t = 0,982$ dan $p = 0,330$ ($p > 0,05$). Hal ini berarti bahwa tinggi rendahnya tingkat *leverage* perusahaan tidak mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian hasil ini tidak berhasil mendukung teori agensi dan mungkin sesuai dengan pendapat Kokubu *et al.* (2001) dalam penelitiannya di Jepang, yang menyatakan bahwa perusahaan Jepang secara tradisional mempunyai hubungan yang baik dengan bank, walaupun mempunyai suatu derajat ketergantungan yang tinggi pada hutang.

Di Indonesia, derajat ketergantungan yang tinggi dari perusahaan terhadap hutang juga terjadi. Hal ini tercermin dengan deskripsi sebelumnya yang menunjukkan bahwa 50% (39 perusahaan) sampel mempunyai rasio hutang terhadap modal sendiri lebih dari satu. Ini dapat diinterpretasikan bahwa 50% perusahaan di Indonesia mempunyai hutang yang lebih besar dari modalnya sendiri. Bahkan 7,69% (6 perusahaan) mengalami defisiensi modal, dimana jumlah hutang perusahaan melebihi nilai asetnya. Tanpa hubungan yang baik dengan para *debt holders*, maka berdasarkan teori agensi, hal ini akan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hasil penelitian ini tidak berhasil mendukung teori agensi, tetapi hasil ini sesuai dengan hasil penelitian Suda dan Kokubu (1994), dan Kokubu *et al.* (2001) yang menemukan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

5. KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN KETERBATASAN

5.1. Kesimpulan

Analisis korelasional antara teori dengan berbagai temuan empiris mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, dapat diartikan sebagai motivasi untuk mencari jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang telah diajukan pada bab sebelumnya. Untuk itu, pada bab ini akan diuraikan secara ringkas mengenai kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini.

berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini menunjukkan dukungan terhadap teori agensi dan teori legitimasi seperti yang dipaparkan Cowen *et al.* (1987) yang menyatakan bahwa perusahaan yang lebih besar akan melakukan lebih banyak aktivitas, memberikan dampak yang lebih besar terhadap masyarakat, mempunyai lebih banyak pemegang saham yang boleh jadi terkait dengan program sosial perusahaan, dan laporan tahunan akan menjadi alat yang efisien untuk menyebarkan informasi ini. Berkaitan dengan dewan komisaris, Coller dan Gregory (1999) menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan manajemen dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif. Hal ini berarti bahwa tekanan terhadap manajemen untuk mengungkapkannya tanggung jawab sosial perusahaan juga semakin besar.

Disisi lain, penelitian ini tidak berhasil mendukung teori legitimasi dalam pengaruh negatif profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Akan tetapi, hal ini mungkin sesuai dengan pendapat Kokubu *et al.* yang menyatakan bahwa *political visibility* perusahaan tergantung pada ukuran (*size*), bukannya pada profitabilitasnya dan pendapat Gray *et al.* (1995) yang menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan kelihatannya tidak berhubungan dengan profitabilitas dalam periode yang sama, tetapi mungkin berhubungan dengan laba periode yang lalu (*lagged profit*).

Untuk pengaruh negatif tingkat *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial juga penelitian ini tidak berhasil mendukung teori agensi. Akan tetapi, dilihat dari karakteristik data, hal ini mungkin sesuai dengan Kokubu *et al.* (2001), yang mengaitkan hal ini dengan hubungan yang baik antara perusahaan dengan *debt holders*, walaupun mempunyai suatu derajat ketergantungan yang tinggi pada hutang.

5.2. Implikasi

Implikasi teoritis sebagai agenda penelitian akan datang dari temuan penelitian ini yaitu tingkat *Adjusted R²* yang rendah (*Adjusted R² = 0,3750*) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini mempunyai pengaruh yang jauh lebih besar terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian penelitian mendatang dapat menambahkan atau menggunakan variabel lain untuk menemukan suatu model standar pendugaan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Demikian juga dengan item-item pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan hendaknya senantiasa diperbaharui sesuai dengan kondisi yang ada di masyarakat. Hal ini mungkin dapat dilakukan dengan melibatkan para aktivis sosial serta pihak berwenang terkait dengan masalah sosial.

5.3. Keterbatasan

Keterbatasan penelitian ini terletak periode penelitian yang hanya menggunakan satu tahun pengamatan sehingga memungkinkan praktek pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang diamati kurang menggambarkan kondisi yang sebenarnya. Periode penelitian yang lebih panjang akan memberikan kemungkinan yang lebih besar untuk memperoleh hasil yang lebih mendekati kondisi sebenarnya. Selain itu dengan *Adjusted R²* yang rendah menunjukkan penelitian ini masih belum konkrit membuktikan argumen-argumen teoritis yang telah dipaparkan pada telaah teoritis sehingga penelitian di masa mendatang sangat dibutuhkan dengan memperlengkapi segala keterbatasan penelitian baik yang berkaitan dengan metode yang digunakan.

- Barney, J. 1991. "Firm Resources and Sustained Competitive Advantage". *Journal of Management*, Vol 17, No. 1
- Benyzmin, R. dan Levinson, E. 1993. "A Framework for Managing IT Enabler Changed". *Sloan Management Review*, Summer
- Chin, W.W. 1998. "The Partial Least Square Approach for Structural Equation Modeling". In Marcoulides, G.A. (Ed) *Modern Methods for Business Research*. Mahwah, NJ, Erlbaum
- Goodhue, L. et al. 1996. "Developing Firm Competitiveness Through IT Assets". *Sloan Management Review*, Fall
- Hansen, G. dan Wernerfelt, B. 1989. "Determinants of Firm Performance: The Relative Performance of Economic and Organizational Factors". *Strategic Management Journal*, 10: 5
- Hammer, M dan Champy, J. 1993. *Reengineering The Corporation a Manifesto for Business Revolution*. Harper Business, New York
- Imam Ghozali. 2006. *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Holland, C, Lockett, G. dan Blackman, I. 1992. "Planning for Electronic Data Interchange". *Strategic Management Journal*, 13: 7.
- Keen, P.G.W. 1993. "Information Technology and The Management Difference: A Fusion Map". *IBM System Journal*, Vol 32, No.1
- Lado, A dan Wilson, M. 1994. "Human Resource System and Sustained Competitive Advantage a Competency Based Perspective". *Academy of Management Review*, 19
- Mukhopadhy, T et al. 1997. "Information Technology on Process Output and Quality". *Management Science*, Vol 13, No 12
- Parake, F.J dan Astuti, S.D. 2003. "Manajemen Sumber Daya Manusia Sebagai Sumber Keunggulan Kompetitif yang Berkelanjutan". *Fokus Ekonomi*, Vol 2 No 1, April
- Powell, T dan Dent Micallef, A. 1997. "Information Technology as Competitive Advantage: The Role of Human, Business, and Technology Resources". *Strategic Management Journal*, Vol 18: 5
- Rockart, J dan Short, J. 1989. "IT in the 1990s: Managing Organizational Interdependence". *Sloan Management Review*, Winter
- Utomo, H dan Dodgson, M. 2000. "The Impact of IT Diffusion Within Small Firms". *Gadjah Mada University Journal*, Vol 2, January No. 1
- Walton, R. 1989. *Up and Running, The Integrating Information Technology and The Organization*. Harvard Business School Press, Boston

4

KARAKTERISTIK PERUSAHAAN DAN PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL: STUDY EMPIRIS PADA PERUSAHAAN YANG TERCATAT DI BURSA EFEK JAKARTA

5

Eddy Rismanda Sembiring
Fakultas Ekonomi Universitas Katolik St. Thomas Sumatera Utara

ABSTRACT

The aim of this research is to examine some determinants of corporate social responsibility disclosure in Indonesian companies. The corporate social responsibility disclosures include details of the environment, energy, employe health and safety, employee other, products, community involvement, and general. Review of previous researches show the inconsistencies. These inconsistencies contribute substantially to the diversity of result. This research attempts to correct with used five corporate characteristics as explanatory variables. They are company size, profitability, profile, size of board of commissioner, and leverage. The sample of this research was extracted with stratified random sampling method. The population is 323 companies, which are listed at Jakarta stock exchange (jSX). The 78 corporate annual reports were analyzed as a sample. The technique for examining hypothesis is multiple regression analysis by using spss 10.00 programs. The results indicate that company size, profile and size of board of commissioner have a significant positive influence on the corporate social responsibility disclosure, but profitability and leverage failed to show its significant effect. These results generally coincide with previous research findings on corporate social responsibility disclosure.

Key words: Disclosure, corporate social responsibility disclosure, company size, profitability, profile, size of board of commissioner, leverage

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Informasi merupakan kebutuhan yang mendasar bagi para investor dan calon investor untuk pengambilan keputusan. Adanya informasi yang lengkap, akurat serta tepat waktu memungkinkan investor untuk melakukan pengambilan keputusan secara rasional sehingga hasil yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan. Menurut Undang-undang Pasar Modal no. 8 tahun 1995 pasal 11, Informasi atau fakta material adalah informasi atau fakta penting dan relevan mengenai peristiwa, kejadian atau fakta yang dapat mempengaruhi harga efek pada Bursa Efek, dan atau keputusan pemodal, calon pemodal atau pihak lain yang berkepentingan atas informasi atau fakta tersebut.

Salah satu informasi yang sering diminta untuk diungkapkan perusahaan saat ini adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Tanggung Jawab sosial perusahaan itu sendiri dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non-keuangan berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya, yang dapat dibuat dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial terpisah (Futrine dan Mathews, 1985).



Menurut Gray *et. al.*, (1987) tumbuhnya kesadaran publik akan peran perusahaan di tengah masyarakat melahirkan kritik karena menciptakan masalah sosial, polusi, sumber daya, limbah, mutu produk, tingkat *safety* produk, serta hak dan status tenaga kerja. Tekanan dari berbagai pihak memaksa perusahaan untuk menerima tanggung jawab atas dampak aktivitas bisnisnya terhadap masyarakat. Perusahaan dihinbau untuk bertanggung jawab terhadap pihak yang lebih luas dari pada kelompok pemegang saham dan kreditor saja. Freedman (1962) dalam Gray *et. al.*, (1995a) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan untuk memaksimalkan laba tidak secara universal lagi diterima.

Gebagai tanggapan, beberapa institusi akuntansi mulai memperhatikan praktik akuntansi sosial perusahaan pada pertengahan 70-an (Ramanathan, 1976 dalam Gray *et. al.*, 1995a) yang bertujuan untuk mengakomodasi kebutuhan perusahaan dalam melaporkan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat. Kemajuan yang dicapai sangat lambat dan sporadis. Peneliti akuntansi mulai mengartikulasikan berbagai perspektif teori yang berbeda dalam mendiskusikan akuntansi sosial seperti *decision usefulness studies*, *economic theory studies*, dan *social and political theory studies*.

Menurut Hackston dan Milne (1996), walaupun fenomena pengungkapan tanggung jawab sosial ini telah muncul lebih dari dua dekade, penelitian tentang praktek pengungkapan tanggung jawab sosial seperti terpusat di Amerika Serikat, *United Kingdom*, dan Australia. Hanya sedikit penelitian yang dilakukan di negara lain seperti Kanada, Jerman, Jepang, Selandia Baru, Malaysia, Indonesia dan Singapura. Di Indonesia penelitian tentang praktek pengungkapan tanggung jawab sosial ini antara lain dilakukan oleh Utomo (2000), Hennv dan Murtanto (2001), Hasibuan (2001) dan Sembiring (2003).

Berbagai penelitian yang terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menunjukkan keanekaragaman hasil. Seperti penelitian yang menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh Kelly (1981), Trotman dan Bradley (1981), Pang (1982), Belkaoui dan Karpik (1989), Patten (1991, 1992), Hackston dan Milne (1996), Adams *et. al.*, (1998), dan Gray *et. al.*, (2001). Singh dan Ahuja (1983) dalam Gray *et. al.*, (2001) tidak menemukan hubungan antara kedua variabel tersebut, sedangkan Cowen *et. al.*, (1987) menemukan bahwa hubungan hanya terjadi dengan beberapa kategori tanggung jawab sosial tersebut bukan secara keseluruhan. Keaneka ragaman hasil tersebut sebagian disebabkan karena model yang dikembangkan merupakan model yang sangat sederhana dan pengukuran yang digunakan juga tidak konsisten (Belkaoui dan Karpik, 1989).

Hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan laba merupakan hal sulit untuk dipahami. Misalnya Freedman dan Ulmann (1986), Belkaoui dan Karpik (1989), Hackston dan Milne (1996) menemukan tidak ada hubungan antara variabel tersebut, sedangkan Freedman dan Jaggi (1989) serta Donovan dan Gibson (2000) menemukan hubungan yang negatif dari variabel tersebut. Pada sisi lain beberapa penelitian yang disebutkan dalam Hackston dan Milne (1996) seperti Bowman dan Haire (1976) serta Preston (1978) menemukan hubungan yang signifikan, sedangkan Gray *et al.*, (2001) menemukan hubungan yang bervariasi setiap tahun untuk kedua variabel tersebut.

Dalam hubungan antara tipe industri dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan juga terjadi ketidakkonsistenan hasil. Hackston dan Milne (1996), serta Gray *et. al.*, (2001), menemukan hubungan yang positif dari kedua variabel tersebut. Demikian juga Patten (1991) dan Roberts (1992) seperti yang dinyatakan dalam Hackston dan Milne (1996). Bertolak belakang dengan hal tersebut seperti dinyatakan dalam Hackston dan Milne (1996) adalah penelitian yang dilakukan Kelly (1981), Davey (1982), Ng (1985) dan Cowen *et. al.*, (1987), tidak menemukan hubungan antara kedua variabel

tersebut. Sedangkan Nuss dan Mirza dalam Gray *et. al.*, (2001) menemukan bahwa hubungan ini secara khusus terdapat pada industri minyak.

Hubungan antara *leverage* dan pengungkapan sosial juga menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Penelitian yang dilakukan oleh Belkaoui dan Karpik (1989) serta Cormier dan Magnan (1999) menemukan hubungan yang negatif signifikan antara kedua variabel tersebut. Suda dan Kokuubi (1994) dan Kokuubi *et. al.*, (2001) tidak menemukan hubungan antara kedua variabel tersebut. Selain itu Robert (1992) menemukan hubungan yang positif antara kedua variabel tersebut.

2. TELAAH TEGRI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Pengungkapan tanggung jawab perusahaan yang sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting* (Mathews, 1995) atau *corporate social responsibility* (Hackston dan Milne, 1996) merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terdapat 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. Perluasan tersebut dibuat dengan asumsi bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham (Gray *et. al.*, 1987).

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. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

2.2.1. *Size* and *financial visibility*

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 politik 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), Singh dan Ahuja (1983), Davey (1982) dan Ng (1985) juga tidak menemukan hubungan antara variabel ini dan hal tersebut menurut Guthrie dan Mathews (1983) mungkin

Variabel Independen

Size: Konsisten dengan Gray *et. al.*, (2001) digunakan jumlah tenaga kerja sebagai ukuran untuk *size* perusahaan.

Profitabilitas: Konsisten dengan penelitian terdahulu maka profitabilitas dalam penelitian ini akan diukur dengan menggunakan pendapatan per lembar saham (*earning per share*)

Profile: Umumnya variabel akan digunakan untuk mengklasifikasikan *high-profile* dan *low-profile*. *High-profile* akan diberi nilai 1 yaitu untuk perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang (Hasibuan, 2001; Henny dan Murtanto, 2001; Utomo, 2000; Hackston dan Milne, 1996): perminyakan dan pertambangan, kimia, pulp, kertas, otomotif, agribisnis, tembakau dan rokok, makanan dan minuman, media dan komunikasi, kesehatan, transportasi, dan pariwisata. Nilai 0 diberikan untuk perusahaan yang *low-profile*, yang meliputi binang bangunan, keuangan dan perbankan, supplier peralatan medis, retailer, tekstil dan produk tekstil, produk personal, dan produk rumah tangga.

Ukuran Dewan Komisaris: Ukuran dewan komisaris yang digunakan dalam penelitian ini konsisten dengan Bassey (2000) yaitu jumlah anggota dewan komisaris.

Leverage: *Leverage* yang digunakan dalam penelitian ini konsisten dengan pengukuran yang digunakan Kokubu *et. al.*, (2001) yaitu rasio hutang terhadap modal sendiri.

3.3. Model Penelitian

Adapun persamaan untuk menguji hipotesis secara keseluruhan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$ICSD = \beta_0 + \beta_1 TK + \beta_2 EPS + \beta_3 PROFILE + \beta_4 KOM + \beta_5 LEV + e$$

Dimana:	
ICSD	= Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial
TK	= Jumlah tenaga kerja
EPS	= Pendapatan per lembar saham
PROFILE	= Profile
KOM	= Jumlah anggota dewan komisaris
LEV	= Rasio hutang terhadap modal sendiri
β_0	= Intercept
β_1, \dots, β_5	= Koefisien regresi
e	= Error

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Gambaran tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berdasarkan sektor dan blok industri menunjukkan jumlah pengungkapan paling banyak dilakukan oleh sektor bank sebanyak 91 pengungkapan atau 6,41% dari total pengungkapan, sedangkan yang paling sedikit adalah perusahaan di sektor *Paper and Allied Products* yang hanya membuat 3 pengungkapan atau 0,28% dari total pengungkapan.

Kategori yang paling banyak diungkapkan perusahaan adalah kategori lain-lain tentang tenaga kerja, yaitu sebanyak 681 pengungkapan atau 47,96% dari total pengungkapan, sedangkan kategori yang paling sedikit diungkapkan adalah kategori energi yang hanya 16 pengungkapan atau 1,13% dari total pengungkapan. Dilihat dari perusahaan yang membuat pengungkapan, maka kategori lain-lain dan tenaga

kerja tentang tenaga kerja diungkapkan oleh keseluruhan perusahaan (100%), sedangkan kategori energi hanya diungkapkan oleh 11 perusahaan (14,10%).

4.2. Uji Kualitas Data

Normalitas: Hasil pengujian dengan *normal probability plot of standardized residual* menunjukkan bahwa titik titik menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa penyebaran data mendekati normal atau memenuhi asumsi normalitas. Hal ini didukung dengan tampilan grafik histogram dan *normal probability plot*.

4.3. Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas: hasil pengujian menunjukkan tidak ada nilai toleransi yang kurang dari 10%. Demikian juga hasil perhitungan VIF yang menunjukkan tidak ada saupun variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 5. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antara variabel independen dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas: Hasil Uji Glejser menunjukkan tidak ada variabel independen yang signifikan pada level signifikansi 0,05. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi tersebut. Hasil pengujian ini sejalan dengan grafik scatterplot.

Uji Autokorelasi: Berdasarkan hasil perhitungan nilai DW adalah sebesar 2,15. Nilai batas bawah (*dl*) dan batas atas (*du*) untuk $n = 78$ dengan lima variabel bebas adalah $dl = 1,364$ dan $du = 1,624$. Dengan demikian nilai DW terletak antara du (1,624) dengan $4 - du$ (2,374). Hal ini berarti bahwa dalam model tidak terdapat autokorelasi. Hasil ini didukung dengan hasil uji Breusch-Godfrey yang menunjukkan variabel residual lag (LAGRES) yang tidak signifikan.

4.4. Pengujian Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *size*, profitabilitas, *profile*, ukuran dewan komisaris dan *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Analisis regresi dianggap tepat dalam pengujian ini karena analisis regresi tidak hanya menentukan besarnya hubungan tetapi menentukan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, serta menunjukkan arah dari pengaruh tersebut. Ringkasan hasil pengujian tersebut adalah seperti dalam tabel pada Tabel 1.

Secara simultan, variabel independen (TK, EPS, PROFILE, KOM, dan LEV) mempunyai pengaruh sebesar 37,50% (*Adjusted R² = 0,375*) dalam menentukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil pengujian juga menunjukkan pengaruh ini signifikan secara statistik dengan nilai F-hitung sebesar 10,223 ($p = 0,000$).

Dari tabel tersebut juga dapat dilihat bahwa ada tiga variabel yang secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan ($p \leq 0,05$) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (CSD), yaitu *size* (TK), *profile* (PROFILE), dan ukuran dewan komisaris (KOM) dengan nilai t-hitung dan probabilitas secara berturut turut sebesar 3,986 ($p = 0,000$), 3,896 ($p = 0,000$), dan 2,296 ($p = 0,025$). Dengan demikian hipotesis 1, hipotesis 3 dan hipotesis 4 tidak dapat ditolak karena memiliki $p < 0,05$.

Dua variabel independen, yaitu profitabilitas (EPS) dan *leverage* (LEV) tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial karena mempunyai nilai probabilitas yang lebih besar dari 0,05 ($p > 0,05$). Nilai t-hitung dan probabilitas kedua variabel adalah sebesar 1,218 ($p = 0,227$) dan 1,129 ($p = 0,370$). Berdasarkan hal tersebut hipotesis 2 dan hipotesis 5 dapat ditolak.

Dalam penelitian ini ukuran dewan komisaris yang diproksi dengan jumlah anggota dewan komisaris, menunjukkan pengaruh yang positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan nilai $t = 2,284$ dan $p = 0,025$ ($p < 0,05$). Hal ini berarti bahwa semakin banyak jumlah anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan, maka pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuat perusahaan akan semakin luas.

Hasil penelitian ini berhasil mendukung teori agensi dan teori tekanan pendapat Colfer dan Gregory (1999) yang menyatakan bahwa 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. Hasil ini juga berhasil mendukung hasil penelitian Arifin (2002) yang menemukan bahwa dewan komisaris berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan sukarela yang dibuat perusahaan di Indonesia.

4.5.5. Leverage

Ketergantungan perusahaan terhadap hutang dalam membiayai kegiatan operasinya tercermin dalam tingkat *leverage*. *Leverage* ini juga dengan demikian mencerminkan tingkat risiko keuangan perusahaan. Berdasarkan teori agensi, tingkat *leverage* mempunyai pengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang diuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*.

Dalam penelitian ini, *leverage* yang diproksi dengan rasio hutang terhadap modal sendiri menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan nilai $t = 0,982$ dan $p = 0,330$ ($p > 0,05$). Hal ini berarti bahwa tinggi rendahnya tingkat *leverage* perusahaan tidak mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian hasil ini tidak berhasil mendukung teori agensi dan mungkin sesuai dengan pendapat Kokubu *et al.* (2001) dalam penelitiannya di Jepang, yang menyatakan bahwa perusahaan Jepang secara tradisional mempunyai hubungan yang baik dengan bank, walaupun mempunyai suatu derajat ketergantungan yang tinggi pada hutang.

Di Indonesia, derajat ketergantungan yang tinggi dari perusahaan terhadap hutang juga terjadi. Hal ini tercermin dengan deskripsi sebelumnya yang menunjukkan bahwa 50% (39 perusahaan) sampel mempunyai rasio hutang terhadap modal sendiri lebih dari satu. Ini dapat diinterpretasikan bahwa 50% perusahaan di Indonesia mempunyai hutang yang lebih besar dari modalnya sendiri. Bahkan 7,69% (6 perusahaan) mengalami defisiensi modal, dimana jumlah hutang perusahaan melebihi nilai asetnya. Tanpa hubungan yang baik dengan para *debtholders*, maka berdasarkan teori agensi, hal ini akan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hasil penelitian ini tidak berhasil mendukung teori agensi, tetapi hasil ini sesuai dengan hasil penelitian Suda dan Kokubu (1994), dan Kokubu *et al.* (2001) yang menemukan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

5. KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN KETERBATASAN

5.1. Kesimpulan

Adanya kontradiksi antara teori dengan berbagai temuan empiris mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan motivasi dilakukannya penelitian ini. Hasil penelitian ini menemukan bahwa diversifikasi bisnis, kepemilikan dewan komisaris, dan tingkat

berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini menunjukkan dukungan terhadap teori agensi dan teori legitimasi seperti yang dipaparkan Cwjen *et al.* (1987) yang menyatakan bahwa perusahaan yang lebih besar akan melakukan lebih banyak aktivitas, memberikan dampak yang lebih besar terhadap masyarakat, mempunyai lebih banyak pemegang saham yang lebih jadi terkait dengan program sosial perusahaan, dan laporan tahunan akan menjadi alat yang efisien untuk menyebarkan informasi ini. Berkaitan dengan dewan komisaris, Colfer dan Gregory (1999) menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan manajemen dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif. Hal ini berarti bahwa tekanan terhadap manajemen untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan juga semakin besar.

Disisi lain, penelitian ini tidak berhasil mendukung teori legitimasi dalam pengaruh negatif profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Akan tetapi, hal ini mungkin sesuai dengan pendapat Kokubu *et al.* yang menyatakan bahwa *political visibility* perusahaan tergantung pada ukuran (*size*), bukannya pada profitabilitasnya dan pendapat Gray *et al.* (1995a) yang menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan kelihatannya tidak berhubungan dengan profitabilitas dalam periode yang sama, tetapi mungkin berhubungan dengan laba periode yang lalu (*lagged profit*).

Untuk pengaruh negatif tingkat *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial juga penelitian ini tidak berhasil mendukung teori agensi. Akan tetapi, dilihat dari karakteristik data, hal ini mungkin sesuai dengan Kokubu *et al.* (2001), yang mengaitkan hal ini dengan hubungan yang baik antara perusahaan dengan *debtholders*, walaupun mempunyai suatu derajat ketergantungan yang tinggi pada hutang.

5.2. Implikasi

Implikasi teoritis sebagai agenda penelitian akan datang dari temuan penelitian ini yaitu tingkat *Adjusted R²* yang rendah (*Adjusted R² = 0,3750*) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini mempunyai pengaruh yang jauh lebih besar terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian penelitian mendatang dapat menambahkan atau menggunakan variabel lain untuk menemukan suatu model standar pendugaan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Demikian juga dengan item-item pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan hendaknya senantiasa diperbaharui sesuai dengan kondisi yang ada di masyarakat. Hal ini mungkin dapat dilakukan dengan melibatkan para aktivis sosial serta pihak berwenang terkait dengan masalah sosial.

5.3. Keterbatasan

Keterbatasan penelitian ini terletak periode penelitian yang hanya menggunakan satu tahun pengamatan sehingga memungkinkan praktek pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang diamati kurang menggambarkan kondisi yang sebenarnya. Periode penelitian yang lebih panjang akan memberikan kemungkinan yang lebih besar untuk memperoleh hasil yang lebih mendekati kondisi sebenarnya. Selain itu dengan *Adjusted R²* yang rendah menunjukkan penelitian ini masih belum benar-benar membuktikan argumen-argumen teoritis yang telah dipaparkan pada telah teratas sehingga penelitian di masa mendatang dapat dibarengi dengan memperbaiki segala keterbatasan penelitian baik pada tingkat metodologi maupun pengungkapan.

Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta)

Fr. Reni, Retno Anggraini

Univ. Sanata Dharma Yogya

Abstract

The objectives of this research observed the extent of disclosure about corporate social responsibility accounting and examined the determinants that are considered by corporate to disclose social responsibility accounting.

The data used in this research were pooling data for 1188 year-firms. I used all sectors that are published in Jakarta Stock Exchange 2000-2004. I observed three categories of corporate sustainability reporting from Darwin (2004). These categories are economic performance, environment performance, and social performance. Then I examined the factors that are considered by corporate to disclose social responsibility accounting. I identified five factors that may be considered. They are management ownership, leverage, size, industry type, and profitability.

The results of this study indicated that almost all companies disclosed the economic performance because PSAK 57 has been regulated. Management ownership and industry type were considered by corporate to disclose social responsibility accounting.

Kata Kunci: Social Responsibility Accounting, Management Ownership, Industry Type

i. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Sejarah perkembangan akuntansi, yang berkembang pesat setelah terjadi revolusi industri, menyebabkan pelaporan akuntansi lebih banyak digunakan sebagai alat pertanggungjawaban kepada pemilik modal (kaum kapitalis) sehingga mengakibatkan orientasi perusahaan lebih berpihak kepada pemilik modal. Dengan keberpihakan 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. Kapitalisme, 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 [Galung & Ikeda (1995) dan Rich (1996) dalam Chwastiak (1999)].

Di dalam akuntansi konvensional (*mainstream accounting*), pusat perhatian yang dilayani perusahaan adalah *stockholders* dan *bondholders* sedangkan pihak yang lain sering diabaikan. Dewasa ini tuntutan terhadap perusahaan semakin besar. Perusahaan diharapkan tidak hanya memertingkan kepentingan manajemen dan pemilik modal (investor dan kreditor) tetapi juga karyawan, konsumen serta masyarakat. Perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial terhadap pihak-pihak di luar manajemen dan pemilik modal. Akan tetapi perusahaan kadangkala melalaikannya dengan alasan bahwa mereka tidak memberikan kontribusi terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini disebabkan hubungan perusahaan dengan lingkungannya bersifat *non reciprocal* yaitu transaksi antara keduanya tidak menimbulkan prestasi timbal balik.

Tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang semakin bagus (*good corporate governance*) semakin 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

SIMPOSIUM NASIONAL AKUNTANSI 9 PADANG

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 (S²A)* atau Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial.

Owen (2005) mengatakan bahwa kasus Enron di Amerika telah menyebabkan perusahaan-perusahaan lebih memberikan perhatian yang besar terhadap pelaporan sustainabilitas dan pertanggungjawaban sosial perusahaan. Isu-isu yang berkaitan dengan reputasi, manajemen risiko dan keunggulan kompetitif nampak menjadi kekuatan yang mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan informasi sosial. Dari hasil studi literatur yang dilakukan oleh Finch (2005) menunjukkan bahwa motivasi perusahaan untuk melakukan pengungkapan sosial lebih banyak dipengaruhi oleh usaha untuk mengkomunikasikan kepada *stakeholder* mengenai kinerja manajemen dalam mencapai manfaat bagi perusahaan dalam jangka panjang.

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 politik, 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

SIMPOSIUM NASIONAL AKUNTANSI 9 PADANG

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*.

Atas dasar penelitian tersebut di atas, peneliti ingin 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. Hasil penelitian ini akan memberikan jawaban apakah praktik pengungkapan informasi sosial dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan sosial dalam laporan keuangan tahunan di Indonesia konsisten dengan hasil yang ditemukan di negara lain.

1.2. Implikasi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi penyusunan standar akuntansi oleh penyusun standar akuntansi yang saat ini sedang bersewa-sama dengan kementerian lingkungan hidup menyusun standar