

**PENGARUH UKURAN PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN,
LEVERAGE, DAN UKURAN DEWAN KOMISARIS TERHADAP
TINGKAT PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL
(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI)**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelara Sarjana Ekonomi Strata Satu*



Oleh :

AGUNG EKO SAPUTRA
2004/61035

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2012**

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

**PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN,
TINGKAT *LEVERAGE* DAN UKURAN DEWAN
KOMISARIS TERHADAP TINGKAT
PENGUNGKAPAN TAGGUNG
JAWAB SOSIAL**

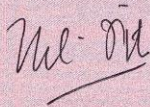
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI)

Nama : AGUNG EKO SAPUTRA
BP/NIM : 2004/61035
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi

Padang, 1 Mei 2012

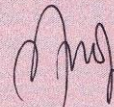
Disetujui Oleh:

Pembimbing I



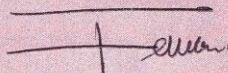
Nelvirita, SE, M.Si, Ak
NIP. 19740706 199903 2 002

Pembimbing II



Nurzi Sebrina, SE, M.Sc, Ak
NIP. 19720910 199802 2 003

Ketua Prodi



Fefri Indra Arza, SE, M.Sc, Ak
NIP. 19730213 199903 1 003

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

**Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi
Program studi Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Padang**

**Judul : Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Tingkat
Leverage dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap
Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI)**

Nama : Agung Eko Saputra

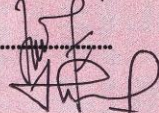
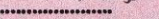
BP/NIM : 2004/61035

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi

Padang, 1 Mei 2012

Tim Penguji

	Nama	Tanda Tangan
1. Ketua	: Nelvirita, S.E, M.Si, Ak	1. 
2. Sekretaris	: Nurzi Sebrina, SE, M.Sc, Ak	2. 
3. Anggota	: Lili Anita, SE, M.Si, Ak	3. 
4. Anggota	: Henri Agustin, SE, M.Sc, Ak	4. 

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Agung Eko Saputra
NIM/Thn. Masuk : 61035/2004
Tempat/Tgl Lahir : Lubuk Alung/31 Januari 1987
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Korong Titian Aka, Nagari Buayan, Kec. Batang Anai
No. HP/Telp : 085375347731
Judul Skripsi : Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Tingkat *Leverage* dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Teraftar di BEI)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis/skripsi saya ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan, dan penilaian saya sendiri, tanpa bantuan lain kecuali arahan tim pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya/pendapat yang telah ditulis/dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang, dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis/skripsi ini sah, apabila telah ditandatangani **Asli** oleh Tim Pembimbing, Tim Penguji dan Ketua Program Studi.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima **Sanksi Akademik** berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Padang, 1 Mei 2012

Yang menyatakan,



Agung Eko Saputra
2004/61035

ABSTRAK

Agung Eko Saputra : “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Tingkat *Leverage* dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI)”

**Pembimbing : I. Nelvirita SE, M.Si, Ak
II. Nurzi Sebrina SE, M.Sc, Ak**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji (1) pengaruh profitabilitas terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial, (2) pengaruh ukuran perusahaan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial (3) pengaruh tingkat *leverage* terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial dan (4) pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di PT. Bursa Efek Indonesia.

Jenis penelitian ini digolongkan sebagai penelitian yang bersifat kausatif. Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di PT. BEI tahun 2008 sampai 2010. Sampel ditentukan berdasarkan metode *purposive sampling*, sebanyak 33 perusahaan. Data diperoleh dari *Indonesian Capital Market Directory (ICMD)*. Teknik analisis data dengan menggunakan regresi linear berganda dengan uji statistik F dan uji t.

Hasil penelitian membuktikan bahwa (1) profitabilitas tidak berpengaruh signifikan positif terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial. (2) ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial (3) tingkat *Leverage* tidak berpengaruh signifikan positif terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial. (4) ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan positif terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial. Penelitian ini menyarankan agar perusahaan emiten hendaknya meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosialnya dalam laporan keuangan tahunannya. Bagi investor dan pengguna laporan keuangan, hendaknya memperhatikan informasi-informasi yang diungkapkan oleh perusahaan termasuk informasi tanggung jawab sosial perusahaan. Dimana informasi tersebut berguna dalam pengambilan keputusan. Untuk penelitian sejenis agar dapat menggunakan variabel independen lainnya terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Tingkat *Leverage* dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial”**. Skripsi ini merupakan salah syarat untuk menyelesaikan program S1 pada program studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Dalam penyelesaian skripsi ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Nelvirita SE M.Si Ak selaku pembimbing I dan Ibu Nurzi Sebrina, SE M.Sc Ak selaku pembimbing II yang telah memberikan ilmu, pengetahuan, waktu dan masukan yang berharga dalam penyelesaian skripsi ini. Selain itu penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dekan dan Pembantu Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
2. Ketua dan sekretaris Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
3. Bapak dan Ibu Staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah mencurahkan ilmu yang bermanfaat kepada penulis selama masa perkuliahan
4. Staf kepastakaan dan staf administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah ikut membantu memberikan pelayanan dalam menyelesaikan skripsi ini

5. Kedua orang tua beserta adik-adik tercinta dan segenap keluarga penulis yang telah memberikan dukungan moril dan materil serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan menyelesaikan skripsi ini
6. Teman-teman mahasiswa Program Studi Akuntansi angkatan 2004 yang sama-sama berjuang, membantu, memberikan motivasi saran dan informasi yang berguna dalam penyelesaian skripsi ini

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca guna kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis mengucapkan banyak terima kasih, semoga skripsi ini bermanfaat di masa yang akan datang

Padang, 1 Mei 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	14
C. Pembatasan Masalah	15
D. Perumusan Masalah	15
E. Tujuan Penelitian	16
F. Manfaat Penelitian	16
 BAB II KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN	
A. Kajian Teori	
1. Pengungkapan	18
2. Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	21
3. Profitabilitas	37
4. Ukuran Perusahaan	40
5. Tingkat <i>Leverage</i>	42
6. Ukuran Dewan Komisaris	45
7. Penelitian yang Relevan	48
8. Hubungan Antar Variabel	49
B. Kerangka Konseptual	56
C. Hipotesis	59

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	60
B. Populasi dan Sampel	60
C. Jenis dan Sumber Data	62
D. Teknik Pengumpulan Data	62
E. Variabel Penelitian	63
F. Pengukuran Variabel	63
G. Metode Analisis Data	65
H. Defenisi Operasional	70

BAB IV TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Penelitian	
1. Gambaran Umum Perusahaan Manufaktur di Indonesia	73
2. Jenis Perusahaan Manufaktur	74
B. Deskriptif Variabel Penelitian	
1. Analisis Deskriptif	76
2. Statistik Dekskriptif	87
3. Hasil Uji Asumsi Klasik	90
4. Hasil Analisis Regresi Berganda	93
5. Hasil Pengujian Hipotesis	97
C. Pembahasan	99

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	107
B. Keterbatasan	107
C. Saran Penelitian	108

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Kerangka Konseptual	58

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Item-item Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	34
2. Kriteria Pengambilan Sampel	61
3. Daftar Perusahaan Sampel	61
4. Jenis Industri Perusahaan Manufaktur	75
5. Perkembangan Indeks Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Dalam Laporan Keuangan Perusahaan Manufaktur	77
6. Perkembangan Profitabilitas Perusahaan Manufaktur	80
7. Perkembangan Total Aktiva Perusahaan Manufaktur	82
8. Perkembangan <i>Leverage</i> Perusahaan Manufaktur	84
9. Perkembangan Ukuran Dewan Komisaris Perusahaan Manufaktur	86
10. Statistik Deskriptif	88
11. Uji Normalitas	90
12. Uji Multikolinearitas	91
13. Uji Heterokedastisitas	92
14. Uji Autokorelasi	93
15. Koefisien Regresi Berganda	94
16. Uji F Statistik	96
17. Uji Koefisien Determinasi	97

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam beberapa tahun belakangan ini, isu pertanggungjawaban sosial mulai marak di Indonesia. Perhatian masyarakat semakin besar dan semakin sadar pada pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini tercermin dalam banyaknya tuntutan masyarakat kepada perusahaan, misalnya buruh yang meminta kesejahteraan mereka, masyarakat pecinta alam yang memprotes tentang pembuangan limbah, serta pemerintah yang mulai menetapkan kebijakan bagaimana perusahaan dengan lingkungan sosialnya.

Keberadaan perusahaan selama ini dianggap sebagai lembaga yang banyak memberikan keuntungan bagi pengembangan lingkungan di samping banyak juga yang berdampak merugikan masyarakat itu sendiri. Penyediaan lapangan kerja, penyaluran barang dan jasa, membayar pajak, pemberian sumbangan dan lain sebagainya merupakan keuntungan yang dirasakan baik langsung maupun tidak langsung oleh masyarakat. Namun yang tidak kalah pentingnya, terdapat hal-hal yang berdampak cukup merugikan yang berasal dari luar yang disebut dampak eksternalitas seperti pencemaran lingkungan, rusaknya hutan, eksploitasi besar-besaran terhadap sumber daya alam sampai ke penipuan terhadap konsumen.

Dampak-dampak ini semakin lama semakin besar serta sukar untuk dikendalikan. Karena besarnya dampak eksternalitas terhadap kehidupan

masyarakat, masyarakat pun menginginkan agar dampak ini dikontrol sehingga dampak negatif yang ditimbulkan tidak semakin besar. Oleh karena itu, masyarakat pun menuntut agar perusahaan senantiasa memperhatikan dampak-dampak sosial yang ditimbulkannya dan berupaya untuk mengatasinya. Untuk itu masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauhmana perusahaan telah melaksanakan aktivitas sosialnya, sehingga masyarakat dapat hidup aman dan tentram.

Adanya masalah sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh aktivitas bisnis perusahaan, maka sudah selayaknya entitas bisnis bersedia untuk menyajikan suatu laporan yang dapat mengungkapkan bagaimana kontribusi mereka terhadap berbagai permasalahan sosial yang terjadi di sekitarnya. Salah satunya dapat diungkapkan dalam laporan keuangan tahunan. Namun, laporan tahunan yang selama ini dianggap sebagai media yang paling tepat untuk mengkomunikasikan berbagai informasi yang relevan dari manajemen perusahaan, tampaknya masih belum dimanfaatkan secara optimal untuk mengungkapkan masalah-masalah yang berhubungan dengan lingkungan sosial.

Belum optimalnya pemanfaatan laporan tersebut, mungkin disebabkan oleh rendahnya kesadaran perusahaan dalam mengungkapkan permasalahan sosial dan lingkungan yang terjadi. Padahal, pengungkapan masalah sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh suatu perusahaan merupakan bentuk akuntabilitas perusahaan tersebut kepada publik dan juga sebagai usaha untuk menjaga eksistensi perusahaan tersebut di masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan perlu

untuk menjaga hubungannya dengan seluruh *stakeholder* agar dapat berperan dalam pembangunan, sekaligus meningkatkan kinerjanya agar tetap dapat bertahan dan bahkan berkembang menjadi perusahaan yang mampu bersaing.

Menurut Darwin dalam Anggraini (2006), *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial 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. *Corporate Social Responsibility (CSR)* bertujuan untuk mendorong perusahaan agar lebih etis dalam menjalankan aktivitasnya agar tidak berpengaruh atau berdampak buruk pada masyarakat dan lingkungan hidup, sehingga pada akhirnya perusahaan akan dapat bertahan secara berkelanjutan (*sustainability*) untuk memperoleh manfaat ekonomi yang menjadi tujuan perusahaan.

Tanggung jawab sosial muncul akibat adanya modernisasi sehingga dampak negatifnya tidak dapat ditolerir oleh masyarakat. Intervensi manusia pada keseimbangan alam dan sosial yang terlalu jauh sehingga membahayakan manusia dan lingkungan merupakan sesuatu yang mendorong timbulnya tuntutan terhadap tanggung jawab sosial. Selain tuntutan masyarakat yang merasakan dampak negatif modernisasi, tekanan dari pemerintah juga berperan dalam mendorong perusahaan untuk memperhatikan tanggung jawab sosialnya.

Tekanan pemerintah ini diwujudkan dalam berbagai peraturan dan undang-undang yang mengatur perusahaan dengan lingkungan sosialnya. Melalui

Undang-Undang RI No.23 Tahun 1997 yang mewajibkan pengolahan limbah. Undang-Undang No. 13 Tahun 2003 tentang ketenagakerjaan serta peraturan yang terbaru UU PT No. 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas dimana mewajibkan perseroan yang bidang usahanya di bidang atau terkait dengan bidang sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Undang-undang tersebut juga mewajibkan semua perseroan untuk melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial tersebut dalam laporan tahunan.

Dalam melihat dampak negatif dari tanggung jawab sosial yang muncul, maka hendaknya perusahaan dalam pertanggungjawabannya mengungkapkan hal tersebut. Kata pengungkapan secara umum memiliki arti tidak menutupi atau tidak menyembunyikan. Secara konseptual, pengungkapan merupakan bagian integral dari pelaporan keuangan. Secara teknis, pengungkapan merupakan langkah akhir dalam proses akuntansi yaitu penyajian dalam bentuk seperangkat penuh statemen keuangan (Suwardjono, 2005). Hendriksen (2002) mengatakan secara sederhana, pengungkapan dapat diartikan sebagai pengeluaran informasi (*the release of information*). Para akuntan cenderung menggunakan istilah ini dalam batasan yang lebih sempit, yaitu pengeluaran informasi tentang perusahaan dalam laporan keuangan, umumnya laporan tahunan. Hal ini menyebabkan informasi yang cukup (*sufficient information*) harus diungkapkan, agar dasar untuk pengambilan investasi dimasa yang akan datang akurat dan dapat dipercaya.

Menurut Suwardjono (2005) pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun,

mempertahankan dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomis. Tekanan dari berbagai pihak memaksa perusahaan untuk menerima tanggung jawab atas dampak aktivitas bisnisnya terhadap masyarakat. Perusahaan dihimbau untuk bertanggung jawab terhadap pihak yang lebih luas dari pada kelompok pemegang saham dan kreditur. Pengungkapan tanggung jawab sosial mengarah pada transparansi pengungkapan sosial perusahaan atas kegiatan atau aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Dimana transparansi informasi yang diungkapkan tidak hanya informasi keuangan perusahaan, tetapi perusahaan juga diharapkan mengungkapkan informasi mengenai dampak sosial dan lingkungan hidup yang diakibatkan aktivitas perusahaan. Informasi menjadi kebutuhan yang mendasar bagi investor dan calon investor untuk pengambilan keputusan.

Di Indonesia permasalahan mengenai akuntansi sosial dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan telah dibahas dan dianalisis oleh beberapa peneliti yaitu Sembiring (2003&2005), Anggraini (2006), Yuningsih (2001). Dalam beberapa penelitian diketahui bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Faktor-faktor tersebut antara lain: profitabilitas, ukuran perusahaan, jenis industri, umur perusahaan, kepemilikan perusahaan, ukuran dewan komisaris dan tingkat *leverage*.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang ada (Harahap, 2003:304). Profitabilitas dari suatu perusahaan telah banyak digunakan sebagai variabel penjelas penelitian

tentang pengungkapan tanggung jawab sosial. Profitabilitas merupakan suatu indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan. Sesuai dengan teori agensi premis bahwa pengelolaan laba yang semakin besar akan memuat perusahaan mengungkapkan informasi yang lebih luas.

Meningkatnya profitabilitas juga merupakan signal yang baik atau berita baik (*good news*) bagi investor. Oleh karena itu, dengan tingkat profitabilitas tinggi akan mendorong para manajer untuk melakukan pengungkapan secara sukarela, karena dengan lebih banyak menyediakan informasi akan meyakinkan investor mengenai kemampuan perusahaan. Fitriani (2001) membuktikan bahwa, profitabilitas mempunyai hubungan positif dengan kelengkapan pengungkapan. Jadi, semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka semakin tinggi indeks kelengkapan pengungkapannya.

Ada beberapa rasio yang biasa digunakan dalam mengukur profitabilitas yaitu rasio *net profit margin* (NPM), *return on asset* (ROA), dan *return on equity* (ROE). Dalam penelitian ini pengukuran terhadap tingkat profitabilitas perusahaan menggunakan rasio *net profit margin* (NPM). Dengan menggunakan rasio ini akan memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan, karena menunjukkan efektifitas manajemen dalam pengelolaan laba perusahaan.

. Selain profitabilitas, ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi sosial. Ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai suatu perbandingan besar atau kecilnya perusahaan. Menurut

Suwito dan Herawaty (2005) ukuran perusahaan adalah suatu skala yang dapat mengklasifikasikan perusahaan dengan berbagai cara yaitu total aktiva, jumlah penjualan, jumlah tenaga kerja. Menurut hipotesis biaya politis, semakin besar biaya politis yang dihadapi oleh perusahaan, maka manajer akan memilih prosedur akuntansi yang dapat menghasilkan laba sekarang menjadi lebih rendah dari pada laba masa depan ((Watt & Zimmerman (1990) dalam Scott (2000:267)). Perusahaan besar memiliki biaya politis yang tinggi akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak termasuk informasi sosial perusahaan untuk menghasilkan laba sekarang menjadi lebih rendah.

Menurut Machfoedz (1999:135), ukuran perusahaan dapat dibagi dalam tiga kategori, yaitu: perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium size*), perusahaan kecil (*small firm*) yang didasarkan pada total aktiva perusahaan. Semakin besarnya perusahaan, maka tanggung jawab yang dimiliki perusahaan tersebut akan lebih tinggi, oleh karena itu dalam melihat tanggung jawab sosial, perusahaan besar lebih memiliki tanggung jawab sosial yang tinggi dan perusahaan besar harus menggambarkan mengenai segala aktivitas sosial yang lebih terperinci. Dapat disimpulkan perusahaan besar harus mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dalam pertanggungjawaban kepada publik sehingga laba dan investasi lebih dapat ditingkatkan, dengan demikian ukuran perusahaan terlihat mempengaruhi pengungkapan CSR.

Leverage menggambarkan penggunaan utang dalam membiayai operasional perusahaan dengan mengukur kemampuannya dalam membayar

kewajiban jangka panjang dan jangka pendek (Harahap, 2003:303). *Leverage* juga memiliki hubungan dengan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut Weston & Brigham (2005:24), masalah keagenan dapat terjadi antara pemegang saham dan kreditor. Untuk mengatasinya diperlukan kejujuran dan ketaatan manajer terhadap kreditor atas perjanjian kredit yang telah dilakukan. Kejujuran tersebut dapat dilakukan melalui pengungkapan informasi perusahaan. Semakin tinggi tingkat *leverage* perusahaan maka semakin banyak perjanjian kredit yang dilakukan perusahaan, sehingga akan semakin banyak pengungkapan yang akan dilakukan perusahaan termasuk informasi sosial perusahaan.

Dalam penelitian ini leverage diukur dengan menggunakan DER (*debt to equity ratio*) yaitu dengan melihat perbandingan hutang terhadap ekuitas yang digunakan. Dengan menggunakan ratio ini akan melihat seberapa besar CSR yang dimiliki perusahaan yang dilihat dengan resiko yang dimiliki perusahaan.

Menurut Kasmir (2011:158) penggunaan rasio hutang dengan ekuitas sangat baik digunakan dalam melihat *leverage* perusahaan, karena semakin besar rasio ini maka semakin besar resiko yang ditanggung perusahaan atas kegagalan yang terjadi pada perusahaan. Dapat disimpulkan *leverage* perusahaan dapat memperlihatkan seberapa besar kemampuan CSR yang dimiliki perusahaan.

Ukuran dewan komisaris adalah jumlah anggota dewan komisaris. Berkaitan dengan ukuran dewan komisaris, Collier dan Gregory (1999) dalam Sembiring (2005) 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.

Menurut Chairiri (2005) ukuran dewan direksi menurut harus dibentuk sedemikian rupa sehingga memungkinkan pengambilan keputusan yang efektif, tepat dan cepat serta dapat bertindak independen. Dewan komisaris merupakan mekanisme pengendalian intern tertinggi yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak. Komposisi individu yang bekerja sebagai anggota dewan komisaris merupakan hal penting dalam memonitor aktivitas manajemen secara efektif (Fama dan Jensen, 1983, dalam Sembiring, 2003). Dalam penelitian ini ukuran dewan komisaris yang diprosikan dengan jumlah dewan komisaris. Menurut Coller dan Gregory (1999) dalam Sembiring 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.

Menurut Beasley (2001) dalam Sembiring (2003) item dan kualitas informasi yang diungkapkan dalam laporan yang disiapkan manajemen dapat mempengaruhi pengambilan keputusan dan kebijakan perusahaan. Manajemen memiliki dorongan untuk mengungkapkan informasi yang menguntungkan dan

“menyembunyikan” informasi yang tidak menguntungkan. Informasi yang menguntungkan akan diungkap seluas-luasnya, sedangkan informasi yang tidak menguntungkan kelihatannya tidak diungkap dan sebagai hasilnya, para pemegang saham tidak akan mengetahui secara khusus informasi yang disembunyikan. Untuk mengatasi hal tersebut, pemegang saham mendelegasikan wewenang mereka dalam memonitor aktivitas manajemen kepada dewan komisaris.

Adapun fenomena yang terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial yaitu, seperti yang terjadi pada PT. Indorayon Utama (sekarang PT. Toba Pulp Lestari) di Porsea Sumatera Utara. Pada tahun 1998, perusahaan ditutup akibat pertentangan dari masyarakat karena tidak adanya tanggung jawab sosial perusahaan sehingga tidak saja menimbulkan kerugian materi, tetapi sampai masalah keberlangsungan usaha. Hal tersebut terjadi karena perusahaan hanya ingin mendapatkan keuntungan saja tanpa memperhatikan harapan dari pihak-pihak yang berkepentingan seperti pelanggan, masyarakat, dll. Pada tahun 2003, perusahaan beroperasi kembali dengan etika dan budaya perusahaan yang baru dimana budaya perusahaan mengutamakan masalah sosial dan kemanusiaan.

PT. Toba Pulp Lestari saat ini mempunyai visi dan misi yang diungkapkan dalam laporan tahunan mereka dimana visi dan misi tersebut yang akan menunjang budaya perusahaan dengan mengacu kepada etika terhadap hubungan antar manusia. Secara tidak langsung, implementasi dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang baik memberikan manfaat ekonomi bagi

perusahaan. Kinerja ekonomi ditandai dengan kemampuannya untuk kembali berproduksi dengan tanpa gangguan dari masyarakat dan memperluas dan mempertahankan pasar internasionalnya. Karena tanggung jawab sosial itulah PT. Toba Pulp Lestari mendapatkan citra positifnya yang ditandai dengan diperolehnya penghargaan sertifikasi standar mutu ISO 9000 dan sertifikasi manajemen lingkungan ISO 14000.

Tetapi pada kenyataannya, pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan tidak dipengaruhi oleh ukuran perusahaan, tingkat *leverage*, ukuran dewan komisaris dan profitabilitas. Hal tersebut dapat dilihat bahwa tidak semua perusahaan besar mengungkapkan informasi tanggung jawab sosialnya. Begitu juga dengan *leverage* dan profitabilitas, dimana tidak semua perusahaan dengan tingkat *leverage* dan profitabilitas yang tinggi mengungkapkan informasi tanggung jawab sosialnya.

Ada beberapa peneliti yang telah meneliti mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Seperti Sembiring (2005) yang meneliti pada perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2001 yang menggunakan variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, *profile* perusahaan, ukuran dewan komisaris dan *leverage*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, *profile* dan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan sosial. Sedangkan tinggi rendahnya *leverage* tidak mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial.

Penelitian yang sama juga dilakukan oleh Anggraini (2006) yang meneliti pengaruh kepemilikan manajemen, tingkat *leverage*, ukuran perusahaan, tipe industri dan profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian tersebut dilakukan pada seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI pada tahun 2000-2004. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, *leverage* dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Kepemilikan manajemen dan tipe industri berpengaruh terhadap pengungkapan tersebut.

Berbagai penelitian yang terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menunjukkan keragaman hasil. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Belkaoui dan Karpik (1989), Hackston dan Milne (1996) dan Sembiring (2005) yang menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan penelitian yang dilakukan Anggraini (2006), penelitian tersebut tidak berhasil membuktikan pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Begitu juga hubungan antara *leverage* dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, juga memberikan hasil yang beragam. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005), bahwa tinggi rendahnya *leverage* perusahaan tidak mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Belkaoui dan Karpik (1989), Cormier dan Magnan (1999) menemukan hubungan negatif signifikan antara kedua variabel tersebut.

Sementara itu hubungan antara profitabilitas dengan pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan hal yang sulit untuk dipahami. Penelitian yang dilakukan oleh Hackston dan Milne (1996) dan Anggraini (2006) menemukan tidak ada hubungan antara variabel tersebut. Pada sisi lain beberapa penelitian yang dilakukan oleh Bowman dan Haire (1976) serta Preston (1978) dalam Hackston dan Milne (1996) menemukan hubungan yang signifikan. Sedangkan penelitian yang dilakukan Donovan dan Gibson (2000) menemukan hubungan yang negatif antara variabel tersebut.

Dari beberapa penelitian tersebut, terdapat banyaknya keragaman hasil yang ditemukan dalam setiap penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Dengan adanya keragaman hasil tersebut, maka penulis ingin melakukan penelitian ulang variabel tersebut yaitu variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, tingkat *leverage*, dan ukuran dewan komisaris untuk diteliti pengaruhnya terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Adapun beda dari penelitian sebelumnya yaitu dalam hal pengukuran variabel, rentang waktu penelitian, dan sampel perusahaan.

Alasan kenapa peneliti menggunakan perusahaan manufaktur sebagai sampel karena perusahaan manufaktur lebih banyak berkaitan dengan lingkungan dan sumber daya atau lebih dekat dengan lingkungan sosial daripada perusahaan nonmanufaktur. Oleh karena itu, perusahaan manufaktur akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan nonmanufaktur.

Penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui seberapa banyak informasi mengenai tanggung jawab sosial yang diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan tahunan mereka. Melihat besarnya dampak negative yang mungkin ditimbulkan oleh perusahaan manufaktur sehingga besarnya tanggung jawab sosialnya, maka penelitian ini memfokuskan pada perusahaan manufaktur. Karena informasi tersebut menjadi masukan bagi investor dalam pengambilan keputusannya. Oleh sebab itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian kembali dengan mengangkat variabel-variabel tersebut diatas dengan judul penelitian yaitu: **"Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Tingkat *Leverage* Dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI)."**

B. Identifikasi Masalah

Ada beberapa masalah yang terdapat dalam penelitian ini, yaitu :

1. Sejauhmana pengaruh profitabilitas terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ?
2. Sejauhmana pengaruh ukuran perusahaan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ?
3. Sejauhmana pengaruh jenis industri terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ?

4. Sejauhmana pengaruh umur perusahaan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ?
5. Sejauhmana pengaruh kepemilikan manajemen terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ?
6. Sejauhmana pengaruh tingkat *leverage* terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ?
7. Sejauhmana pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ?

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sejauhmana pengaruh ukuran perusahaan, tingkat *leverage*, profitabilitas dan ukuran dewan komisaris terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

D. Perumusan Masalah

Adapun permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Sejauhmana profitabilitas berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ?
2. Sejauhmana ukuran perusahaan berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ?

3. Sejauhmana tingkat *leverage* berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ?
4. Sejauh mana ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Pengaruh profitabilitas terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
3. Pengaruh tingkat *leverage* terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
4. Pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi :

1. Penulis, dapat memberikan pengetahuan yang lebih mengenai tanggung jawab sosial.
2. Perusahaan, agar perusahaan dapat memahami pentingnya dilakukan pengungkapan tanggung jawab sosial, khususnya manajemen dalam

menentukan informasi apa yang akan disajikan berkaitan dengan pertanggungjawaban sosial perusahaan terhadap *stakeholder* secara keseluruhan.

3. Sebagai referensi tambahan bagi peneliti selanjutnya, yang akan mendalami masalah tanggung jawab sosial perusahaan.
4. Memberikan informasi dan masukan bagi investor dan pengguna laporan keuangan dalam menilai tanggung jawab sosial perusahaan, yang pada gilirannya dapat digunakan sebagai salah satu dasar pengambilan keputusan.

BAB II

KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

A. Kajian Teori

1. Pengungkapan

a. Pengertian Pengungkapan

Laporan keuangan tahunan merupakan hasil akhir dari proses akuntansi yaitu proses pengkomunikasian kondisi keuangan dan informasi lainnya kepada pemegang saham, kreditor dan *stakeholder* lainnya. Tujuan laporan keuangan adalah menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja serta perubahan posisi keuangan perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pemakai dalam pengambilan keputusan ekonomi (SAK, 2004).

Kata pengungkapan secara umum memiliki arti tidak menutupi atau tidak menyembunyikan. Secara konseptual, pengungkapan merupakan bagian integral dari pelaporan keuangan. Secara teknis, pengungkapan merupakan langkah akhir dalam proses akuntansi yaitu penyajian dalam bentuk seperangkat penuh statemen keuangan (Suwardjono, 2005). Hendriksen (2002) mengatakan secara sederhana, pengungkapan dapat diartikan sebagai pengeluaran informasi (*the release of information*). Para akuntan cenderung menggunakan istilah ini dalam batasan yang lebih sempit, yaitu pengeluaran informasi tentang perusahaan dalam laporan keuangan, umumnya laporan tahunan. Hal ini menyebabkan informasi yang cukup (*sufficient information*)

harus diungkapkan, agar dasar untuk pengambilan investasi dimasa yang akan datang akurat dan dapat dipercaya.

b. Tujuan Pengungkapan

Tujuan pengungkapan adalah menyajikan informasi yang dipandang perlu untuk mencapai tujuan pelaporan keuangan dan untuk melayani berbagai pihak yang mempunyai kepentingan yang berbeda-beda (Suwardjono, 2005). Pengungkapan juga dapat diwajibkan untuk tujuan melindungi (*protective*), informatif (*informative*), atau melayani kebutuhan khusus (*differential*).

1) Tujuan melindungi

Tujuan ini dilandasi oleh gagasan bahwa tidak semua pemakai cukup cangguh sehingga pemakai yang naif perlu dilindungi dengan mengungkapkan informasi yang mereka tidak mungkin memperolehnya. Pengungkapan dimaksudkan untuk melindungi perlakuan manajemen yang mungkin kurang adil dan terbuka.

2) Tujuan informatif

Tujuan ini dilandasi oleh gagasan bahwa pemakai yang dituju sudah jelas dengan tingkat kecanggihan tertentu. Pengungkapan diarahkan untuk menyediakan informasi yang dapat membantuk keefektifan pengambilan keputusan pemakai tersebut. Tujuan ini biasanya melandasi penyusunan standar akuntansi untuk menentukan tingkat pengungkapan.

3) Tujuan kebutuhan khusus

Tujuan ini merupakan gabungan dari tujuan perlindungan publik dan tujuan informatif. Apa yang harus diungkapkan kepada publik dibatasi dengan apa yang dipandang bermanfaat bagi pemakai yang dituju.

Menurut Belkaoui (2006), tujuan pengungkapan adalah :

- 1) Untuk menjelaskan item-item yang diakui dan item-item yang belum diakui serta menyediakan ukuran yang relevan bagi item-item tersebut,
- 2) Untuk menyediakan informasi dan item-item yang potensial untuk diakui dan yang belum diakui bagi investor dan kreditor dalam menentukan risiko dan returnnya,
- 3) Untuk menyediakan informasi mengenai aliran kas masuk dan keluar di masa mendatang.

c. Tingkat Pengungkapan

Keluasan dan kerincian pengungkapan berkaitan dengan masalah seberapa banyak informasi harus diungkapkan yang disebut dengan tingkat pengungkapan (*level of disclosure*). Menurut Evans (2003) dalam Suwarjono (2005) mengidentifikasikan tiga tingkat pengungkapan (*level of disclosure*) yaitu memadai (*adequate disclosure*), wajar atau etis (*fair of etical disclosure*), dan penuh (*full disclosure*). Tingkat memadai adalah tingkatan minimum yang harus dipenuhi agar statemen keuangan secara keseluruhan tidak menyesatkan untuk kepentingan pengambilan keputusan yang diarahkan. Tingkat wajar adalah tingkat yang harus dicapai agar semua pihak mendapat perlakuan atau pelayanan informasional yang sama. Artinya, tidak ada satupun

yang kurang mendapat informasi sehingga mereka menjadi pihak yang kurang diuntungkan posisinya. Dengan kata lain, tidak ada preferensi dalam pengungkapan informasi. Tingkat penuh (*full disclosure*) menuntut penyajian secara penuh semua informasi yang berpautan dengan pengambilan keputusan yang diarah.

Tingkat pengungkapan yang tepat memang harus ditentukan karena terlalu banyak informasi sama tidak menguntungkannya dengan terlalu sedikit informasi. Oleh karena itu diperlukannya kriteria atau pertimbangan untuk menentukan batas atas (kos>benefit) dan batas bawah (materialistis). Dalam hal pengungkapan atas batas (tingkat penuh) lebih banyak menimbulkan kontroversi dibandingkan dengan batas bawah. Artinya, bagi penentu kebijakan, menentukan seberapa luas pengungkapan harus dilakukan lebih problematik dibanding menentukan informasi mana yang tidak perlu diungkapkan

2. Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

a. Pengertian Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Pengertian mengenai tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Sosial Responsibility*) belum memiliki pengertian yang seragam atau tunggal yang disetujui oleh banyak pihak. *World Business Council for Sustainable Development* (Moir : 2001) mendefinisikan CSR sebagai :

“CSR is the continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large”

World Bank mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* sebagai berikut:

“CSR is the commitment of business to contribute to sustainable economic development working with employees and their representative, the local community and society at large to improve quality of life, in ways that are both good for business and good for development”.

Menurut Uni Eropa, *Corporate Social Responsibility* adalah *a concept whereby companies integrate social and environmental concerns in their business operations and in their interaction with their stakeholders on voluntary basis*. Menurut Weston & Brigham (2005:17), tanggung jawab sosial adalah konsep yang menyatakan bahwa perusahaan harus berperan aktif dalam menunjang kesejahteraan masyarakat luas.

Secara prinsip rumusan WBCSD dengan World Bank sama-sama menekankan CSR sebagai komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja sama dengan karyawan, keluarga karyawan dan masyarakat setempat (lokal) dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan. Namun demikian rumusan World Bank menambahkan penekanan pada kemanfaatan dari aktivitas CSR bermanfaat bagi usaha dan pembangunan (*in ways that are both good for business and good for development*). Sedangkan pengertian dari Uni Eropa hanya menggambarkan CSR sebagai suatu konsep, bagaimana suatu perusahaan berusaha mengintegrasikan aspek sosial dan lingkungan serta *stakeholders* atas dasar “*voluntary*” dalam melakukan aktivitas usahanya.

Jadi, CSR merupakan implementasi dari rasa tanggung jawab perusahaan terhadap perbaikan kualitas hidup dan sosial tanpa mengganggu perkembangan bisnis perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan bagian penting dari strategis bisnis yang berkaitan erat dengan keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

b. Konsep Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Perusahaan dapat menimbulkan dampak sosial, baik biaya sosial maupun manfaat sosial. Sesuai dengan konsep tanggung jawab sosial perusahaan, aspek sosial dari kegiatan usaha harus dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan. Akuntansi keuangan konvensional yang selama ini dipergunakan untuk menilai kinerja perusahaan hanya menekankan pada pengukuran konsekuensi ekonomi dari transaksi antara dua atau lebih entitas ekonomi, sedangkan konsekuensi interaksi perusahaan dengan lingkungannya tidak perlu diperhitungkan. Keterbatasan inilah yang mendorong perlunya memperluas ruang lingkup akuntansi agar dapat mencakup aspek sosial di kegiatan usaha dan memotivasi perilaku perusahaan agar sesuai dengan aspirasi sosial.

Akuntansi sosial bertujuan untuk menyoroti aspek sosial dalam kaitannya dengan kegiatan pemerintah dan perusahaan, seberapa besar memberikan dampak yang merugikan dan menguntungkan *stakeholder*. Menurut Ikhsan (2006:329), Akuntansi sosial adalah penyusunan, pengukuran dan analisa terhadap konsekuensi-konsekuensi sosial dan

ekonomi dari perilaku yang berkaitan dengan pemerintah dan wirausahawan. Jadi, akuntansi sosial memberikan gambaran mengenai interaksi dari aktivitas perusahaan terhadap lingkungan sosialnya.

Dalam beberapa tahun terakhir, konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) sering muncul dalam dunia bisnis. Tetapi orang hanya menganggap bahwa CSR hanya aktivitas filantropis perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan, yaitu hanya sebatas kedermawanan perusahaan saja belum merupakan suatu tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan. CSR bukan hanya kegiatan amal, tetapi CSR mengharuskan perusahaan dalam mengambil keputusannya agar sungguh-sungguh memperhitungkan akibat aktivitas perusahaan terhadap seluruh *stakeholder* termasuk lingkungan hidup.

Konsep CSR bertujuan untuk menjelaskan bagian tanggung jawab perusahaan dalam mencapai tujuan pembangunan yang berkelanjutan. Konsep ini menegaskan betapa pentingnya peran CSR untuk berpartisipasi dalam proses pembangunan suatu negara. Agar keberlangsungan pembangunan dapat terjaga maka desain program CSR juga harus bersifat berkelanjutan tidak secara parsial.

CSR harus dijalankan di atas suatu program dengan memperhatikan kebutuhan dan keberlanjutan program dalam jangka panjang. Karena CSR terdiri dari rangkaian program yang memperhatikan kepentingan seluruh *stakeholder* perusahaan dalam jangka panjang, maka CSR tidak lebih tepat

digolongkan sebagai investasi. Sebab dalam jangka panjang manfaat positif dari program CSR yang berkelanjutan akan menunjang aktivitas bisnis perusahaan. Manfaat jangka panjang ini meningkatkan keyakinan investor atas prospek perusahaan di masa datang. Prospek yang positif akan meningkatkan kemungkinan dan peluang naiknya nilai investasi perusahaan.

Menurut Branco & Rodrigues (2006), terdapat tiga pilar keberlanjutan bisnis perusahaan, yaitu: *economic sustainability*, *environmental sustainability*, dan *social sustainability*.

- 1) *Economic sustainability (for example, wealth creation through the goods and services produced);*
- 2) *Environmental sustainability (for example, efficient environmental management and protection); and*
- 3) *Social sustainability (for example, enhancement of social well being through corporate philanthropy).*

CSR memiliki fungsi atau peran strategis bagi perusahaan. Melalui CSR perusahaan dapat membangun reputasinya, seperti meningkatkan citra perusahaan maupun pemegang saham, posisi merek perusahaan, maupun bidang usaha perusahaan. Dengan masuknya program CSR sebagai bagian dari strategi bisnis, maka akan dengan mudah bagi unit-unit usaha yang berada dalam suatu perusahaan untuk mengimplementasikan rencana kegiatan dari program CSR yang dirancangnya. Dilihat dari sisi

pertanggungjawaban keuangan atas setiap investasi yang dikeluarkan dari program CSR menjadi lebih jelas dan tegas, sehingga pada akhirnya keberlanjutan yang diharapkan akan dapat terimplementasi berdasarkan harapan semua *stakeholder*.

Implementasi kebijakan CSR adalah suatu proses yang terus menerus dan berkelanjutan. Dengan demikian akan tercipta satu ekosistem yang menguntungkan semua pihak. Konsumen mendapatkan produk unggul yang ramah lingkungan, produsen pun mendapatkan *profit* yang sesuai yang pada akhirnya akan dikembalikan ke tangan masyarakat secara tidak langsung.

CSR selalu berkaitan dengan kepentingan *shareholder* dan *stakeholder* yaitu pemilik perusahaan, karyawan, masyarakat, dan lingkungan. Melalui konsep ini, John Elkington mengembangkan suatu konsep yang disebut sebagai *triple bottom line* yaitu *Profit* (keuntungan), *People* (masyarakat), dan *Planet* (lingkungan). Maksudnya CSR harus mampu meningkatkan laba perusahaan, menyejahterakan karyawan dan masyarakat, serta meningkatkan kualitas lingkungan.

Bradshaw dalam Harahap (2007:400), mengemukakan ada tiga bentuk tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu *corporate philanthropy*, *Corporate Responsibility*, *Corporate Policy*.

- 1) *Corporate Philantropy*, disini tanggung jawab perusahaan itu berada sebatas kedermawanan/kerelaan, belum sampai pada tanggung jawab.

Bentuk tanggung jawab ini bisa berupa kegiatan amal, sumbangan dan

kegiatan lain yang tidak langsung berhubungan dengan kegiatan perusahaan.

- 2) *Corporate Responsibility*, disini kegiatan pertanggungjawaban itu sudah merupakan bagian dari tanggung jawab perusahaan bisa karena ketentuan UU atau bagian dari kemauan/kesediaan perusahaan.
- 3) *Corporate Policy*, disini tanggung jawab sosial perusahaan itu sudah merupakan bagian dari kebijakan.

c. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Menurut Hendriksen (2004:428), pengungkapan (*disclosure*) didefinisikan sebagai penyediaan sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal efisien. Pengungkapan diperlukan oleh pihak investor baik pengungkapan dalam bentuk informasi keuangan maupun non keuangan untuk pengambilan keputusan investasi. Pengungkapan laporan keuangan dapat dikelompokkan menjadi pengungkapan yang sifatnya wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan yang sifatnya sukarela (*voluntary disclosure*). Pengungkapan wajib merupakan ketentuan yang harus diikuti oleh setiap perusahaan yang berisi tentang hal-hal yang harus dicantumkan dalam laporan keuangan menurut standar yang berlaku. Sedangkan pengungkapan sukarela tidak disyaratkan oleh standar, namun memberikan nilai tambah bagi perusahaan yang melakukannya.

Hendriksen (2004:442), mengemukakan bahwa pengungkapan sukarela dapat dikategorikan dalam dua bagian. Pertama, *traditional voluntary disclosure* yang merupakan penyajian informasi tentang kinerja ekonomi misalnya informasi tentang perkiraan laba dan penjualan deviden. Kedua, *non-traditional voluntary disclosure* merupakan informasi dalam kaitannya dengan bagaimana perusahaan berinteraksi dengan lingkungannya (disebut juga dengan *social responsibility disclosure*), misalnya kebijakan lingkungan pengembangan masyarakat dan sebagainya.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting*, atau *corporate social responsibility* merupakan suatu cara bagi perusahaan untuk mengkomunikasikan kepada para *stakeholder* bahwa perusahaan memberikan perhatian pada pengaruh sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh perusahaan (Sembiring, 2005). Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan bertujuan untuk memperlihatkan kepada masyarakat aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan dan pengaruhnya terhadap masyarakat. Pengaruh disini antara lain adalah seberapa jauh lingkungan, pegawai, konsumen, masyarakat lokal dan yang lainnya dipengaruhi oleh kegiatan dan operasi bisnis perusahaan.

Menurut Moir (2001), ada beberapa teori yang menjelaskan pengungkapan CSR, yaitu teori *stakeholder*, teori kontrak sosial, teori legitimasi :

1) Teori *Stakeholder*.

Teori *stakeholder* perusahaan digunakan sebagai suatu dasar untuk meneliti kepada siapa perusahaan harus bertanggung jawab. *Stakeholder* dibagi menjadi dua yaitu *stakeholder* utama dan sekunder. *Stakeholder* utama meliputi pemegang saham, investor, karyawan, pelanggan dan distributor. Sedangkan *stakeholder* sekunder adalah mereka yang mempengaruhi atau dipengaruhi oleh perusahaan tetapi tidak berhubungan dengan transaksi perusahaan.

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan melakukan pengungkapan tanggungjawab sosial sebagai upaya untuk memenuhi harapan atau permintaan *stakeholders*. Pengungkapan sosial merupakan strategi yang digunakan untuk mengelola hubungan dengan *stakeholder*. Semakin penting *stakeholder* itu bagi kesuksesan organisasi, semakin besar kemungkinan organisasi akan memenuhi permintaannya.

2) Teori Kontrak Sosial

Dalam konteks CSR, kemungkinan alternatif bertindakya bisnis itu adalah suatu cara bertanggung jawab dan hal itu menjadi bagian bagaimana masyarakat mengharapkan bisnis tersebut untuk beroperasi. Pentingnya pengungkapan sosial perusahaan berkaitan dengan adanya kontrak sosial. Kontrak antara perusahaan dengan masyarakat yang timbul karena interaksi perusahaan dengan

lingkungan sosialnya. Perusahaan yang mengadopsi pandangan kontrak sosial akan menguraikan keterlibatan mereka sebagai bagian dari harapan masyarakat.

3) Teori Legitimasi

Menurut Suchman dalam Moir (2001), Legitimasi adalah menyamakan persepsi atau asumsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas merupakan tindakan yang diinginkan, pantas ataupun sesuai dengan norma, nilai, kepercayaan dan defenisi yang dikembangkan secara sosial.

Teori legitimasi menjelaskan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dilakukan perusahaan dalam upayanya untuk mendapatkan legitimasi dari komunitas dimana perusahaan itu berada. Organisasi secara terus menerus mencoba untuk meyakinkan bahwa mereka melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat dimana mereka berada.

Dalam melihat dampak negatif dari tanggung jawab sosial yang muncul, maka hendaknya perusahaan dalam pertanggungjawabannya mengungkapkan hal tersebut. Kata pengungkapan secara umum memiliki arti tidak menutupi atau tidak menyembunyikan. Secara konseptual, pengungkapan merupakan bagian integral dari pelaporan keuangan. Secara teknis, pengungkapan merupakan langkah akhir dalam proses akuntansi yaitu penyajian dalam bentuk seperangkat penuh statemen keuangan (Suwardjono, 2005). Hendriksen (2002) mengatakan secara sederhana,

pengungkapan dapat diartikan sebagai pengeluaran informasi (*the release of information*). Para akuntan cenderung menggunakan istilah ini dalam batasan yang lebih sempit, yaitu pengeluaran informasi tentang perusahaan dalam laporan keuangan, umumnya laporan tahunan. Hal ini menyebabkan informasi yang cukup (*sufficient information*) harus diungkapkan, agar dasar untuk pengambilan investasi dimasa yang akan datang akurat dan dapat dipercaya.

Menurut Suwardjono (2005) pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomis. Tekanan dari berbagai pihak memaksa perusahaan untuk menerima tanggung jawab atas dampak aktivitas bisnisnya terhadap masyarakat. Perusahaan dihimbau untuk bertanggung jawab terhadap pihak yang lebih luas dari pada kelompok pemegang saham dan kreditur. Pengungkapan tanggung jawab sosial mengarah pada transparansi pengungkapan sosial perusahaan atas kegiatan atau aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Dimana transparansi informasi yang diungkapkan tidak hanya informasi keuangan perusahaan, tetapi perusahaan juga diharapkan mengungkapkan informasi mengenai dampak sosial dan lingkungan hidup yang diakibatkan aktivitas perusahaan. Informasi menjadi kebutuhan yang mendasar bagi investor dan calon investor untuk pengambilan keputusan.

d. Pelaporan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Menurut Choi (2005:202), Pelaporan tanggung jawab sosial mengacu pada pengukuran dan komunikasi informasi mengenai pengaruh

suatu perusahaan terhadap kesejahteraan karyawannya, masyarakat setempat dan lingkungan. Pelaporan tanggung jawab sosial memuat informasi yang menyangkut dampak positif dan negatif yang ditimbulkan oleh perusahaan. Standar pelaporan pertanggungjawaban sosial sampai saat ini belum mempunyai standar yang baku, hal ini dikarenakan adanya permasalahan yang berhubungan dengan biaya dan manfaat sosial. Perusahaan dapat membuat sendiri model pelaporan pertanggungjawaban sosialnya. Sehingga salah satu cara untuk menilai implementasi CSR, yaitu melalui pengungkapan CSR yang terdapat pada laporan tahunan (*annual report*) perusahaan.

Menurut Ikhsan (2006:340), pelaporan mengenai pengungkapan kinerja akuntansi sosial baik secara internal maupun eksternal, dapat dilaporkan dalam beberapa pendekatan yaitu audit sosial, laporan sosial yang terpisah, dan pengungkapan sosial dalam laporan tahunan. Audit sosial mengukur dan melaporkan dampak ekonomi, sosial dan lingkungan dari kegiatan yang bersifat sosial dan dari kegiatan operasi perusahaan. Laporan sosial terpisah menggambarkan hubungan perusahaan dengan lingkungannya. Sedangkan pengungkapan dalam laporan tahunan adalah pengungkapan informasi sosial dalam laporan tahunan perusahaan.

Dalam menyusun dan mengungkapkan informasi tentang aktivitas pertanggungjawaban sosial perusahaan, Zhegal & Ahmed dalam Anggraini

(2006) mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan sosial perusahaan, yaitu sebagai berikut:

1) Lingkungan

Bidang ini meliputi aktivitas pengendalian pencemaran dan pelestarian lingkungan hidup. Meliputi, pengendalian terhadap polusi, pencegahan atau perbaikan terhadap kerusakan lingkungan, konservasi alam, dan pengungkapan lain yang berkaitan dengan lingkungan.

2) Energi

Bidang ini meliputi aktivitas dalam pengaturan penggunaan energi dalam hubungannya dengan operasi perusahaan dan peningkatan efisiensi terhadap produk perusahaan. Meliputi, konservasi energi, efisien energi, dll.

3) Praktik bisnis yang wajar

Meliputi pemberdayaan terhadap minoritas dan perempuan, dukungan terhadap usaha minoritas, tanggung jawab sosial.

4) Sumber daya manusia

Bidang ini meliputi aktivitas untuk kepentingan karyawan sebagai sumber daya manusia bagi perusahaan maupun aktivitas di dalam suatu komunitas. Aktivitas tersebut antara lain, program pelatihan dan peningkatan ketrampilan, perbaikan kondisi kerja, upah dan gaji serta tunjangan yang memadai, pemberian beberapa fasilitas, jaminan keselamatan kerja, pelayanan kesehatan, pendidikan, seni, dll.

5) Produk

Meliputi keamanan, pengurangan polusi, dll.

Menurut Sembiring (2005) ada tujuh tema dalam pengungkapan tanggung jawab sosial yang telah dimodifikasi dari penelitian Hackston dan Milne (1996), yaitu lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tentang tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum. Seperti yang terlihat dalam Tabel 1.

Tabel 1
Item-item Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

No	Item Pengungkapan
Lingkungan	
1.	Pengendalian polusi kegiatan operasi; pengeluaran riset dan pengembangan untuk pengurangan polusi
2	Pernyataan yang menunjukkan bahwa operasi perusahaan tidak mengakibatkan polusi atau memenuhi ketentuan hukum dan peraturan polusi
3	Pernyataan yang menunjukkan bahwa polusi operasi telah atau akan dikurangi
4	Pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan akibat pengolahan sumber alam, misalnya reklamasi daratan atau reboisasi
5	Konservasi sumber alam, misalnya mendaur ulang kaca, besi, minyak, air dan kertas
6	Penggunaan material daur ulang
7	Menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan yang dibuat perusahaan
8	Merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan
9	Kontribusi dalam seni yang bertujuan untuk memperindah lingkungan
10	Kontribusi dalam pemugaran bangunan sejarah
11	Pengolahan limbah
12	Mempelajari dampak lingkungan untuk memonitor dampak lingkungan perusahaan
13	Perlindungan lingkungan hidup
Energi	
1	Menggunakan energi secara lebih efisien dalam kegiatan operasi
2	Memanfaatkan barang bekas untuk memproduksi energi

3	Mengungkapkan penghematan energi sebagai hasil produk daur ulang
4	Membahas upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energi
5	Pengungkapan peningkatan efisiensi energi dari produk
6	Riset yang mengarah pada peningkatan efisiensi energi dari produk
7	Mengungkapkan kebijakan energi perusahaan
Kesehatan Dan Keselamatan Tenaga kerja	
1	Mengurangi polusi, iritasi, atau resiko dalam lingkungan kerja
2	Mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan kesehatan fisik atau mental
3	Mengungkapkan statistik kecelakaan kerja
4	Mentaati peraturan standard kesehatan dan keselamatan kerja
5	Menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja
6	Menetapkan suatu komite keselamatan kerja
7	Melaksanakan riset untuk meningkatkan keselamatan kerja
8	Mengungkapkan pelayanan kesehatan tenaga kerja
Lain-lain tentang Tenaga kerja	
1	Perekrutan atau memanfaatkan tenaga kerja wanita/orang cacat
2	Mengungkapkan persentase/jumlah tenaga kerja wanita/orang cacat dalam tingkat managerial
3	Mengungkapkan tujuan penggunaan tenaga kerja wanita/orang cacat dalam pekerjaan
4	Program untuk kemajuan tenaga kerja wanita/orang cacat
5	Pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu di tempat kerja
6	Memberi bantuan keuangan pada tenaga kerja dalam bidang pendidikan
7	Mendirikan suatu pusat pelatihan tenaga kerja.
8	Mengungkapkan bantuan atau bimbingan untuk tenaga kerja yang dalam proses mengundurkan diri atau yang telah membuat kesalahan
9	Mengungkapkan perencanaan kepemilikan rumah karyawan
10	Mengungkapkan fasilitas untuk aktivitas rekreasi
11	Pengungkapan persentase gaji untuk pensiun
12	Mengungkapkan kebijakan penggajian dalam perusahaan
13	Mengungkapkan jumlah tenaga kerja dalam perusahaan
14	Mengungkapkan tingkatan managerial yang ada
15	Mengungkapkan disposisi staff - di mana staff ditempatkan
16	Mengungkapkan jumlah staff, masa kerja dan kelompok usia mereka
17	Mengungkapkan statistik tenaga kerja, mis. penjualan per tenaga kerja
18	Mengungkapkan kualifikasi tenaga kerja yang direkrut
19	Mengungkapkan rencana kepemilikan saham oleh tenaga kerja
20	Mengungkapkan rencana pembagian keuntungan lain
21	Mengungkapkan informasi hubungan manajemen dengan tenaga kerja dalam meningkatkan kepuasan dan motivasi kerja
22	Mengungkapkan informasi stabilitas pekerjaan tenaga kerja dan masa

	depan perusahaan
23	Membuat laporan tenaga kerja yang terpisah
24	Melaporkan hubungan perusahaan dengan serikat buruh
25	Melaporkan gangguan dan aksi tenaga kerja
26	Mengungkapkan informasi bagaimana aksi tenaga kerja dinegosiasikan
27	Peningkatan kondisi kerja secara umum
28	Informasi re-organisasi perusahaan yang mempengaruhi tenaga kerja
29	Informasi dan statistik perputaran tenaga kerja
Produk	
1	Pengungkapan informasi pengembangan produk perusahaan, termasuk pengemasannya
2	Gambaran pengeluaran riset dan pengembangan produk
3	Pengungkapan informasi proyek riset perusahaan untuk memperbaiki produk
4	Pengungkapan bahwa produk memenuhi standard keselamatan
5	Membuat produk lebih aman untuk konsumen
6	Melaksanakan riset atas tingkat keselamatan produk perusahaan
7	Pengungkapan peningkatan kebersihan/kesehatan dalam pengolahan dan penyiapan produk
8	Pengungkapan informasi atas keselamatan produk perusahaan
9	Pengungkapan informasi mutu produk yang dicerminkan dalam penerimaan penghargaan
10	Informasi yang dapat diverifikasi bahwa mutu produk telah meningkat (Misalnya ISO 9000)
Keterlibatan Masyarakat	
1	Sumbangan tunai, produk, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat, pendidikan dan seni
2	Tenaga kerja paruh waktu (part-time employment) dari mahasiswa/pelajar
3	Sebagai sponsor untuk proyek kesehatan masyarakat
4	Membantu riset medis
5	Sebagai sponsor untuk konferensi pendidikan, seminar atau pameran seni
6	Membiayai program beasiswa
7	Membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat
8	Mensponsori kampanye nasional
9	Mendukung pengembangan industri local
Umum	
1	Pengungkapan tujuan/kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat
2	Informasi berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan selain yang disebutkan di atas

Sumber: Sembiring (2005)

3. Profitabilitas

Menurut Munawir (1995:33), Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan menghasilkan laba dalam periode tertentu. Sawir (2001:17), Profitabilitas merupakan hasil akhir bersih dari berbagai kebijakan dan keputusan manajemen. Dari beberapa pengertian, profitabilitas adalah kemampuan perusahaan selama periode tertentu dalam menghasilkan laba.

Profitabilitas banyak digunakan untuk mengukur efisiensi penggunaan modal dalam suatu perusahaan dengan membandingkan antara laba dengan modal yang digunakan dalam operasi. Oleh karena itu, keuntungan yang besar tidak menjamin atau bukan merupakan ukuran bahwa perusahaan tersebut berhasil. Menggunakan profitabilitas untuk ukuran efisiensi suatu perusahaan merupakan cara yang baik. Sebab perusahaan akan sulit, meningkatkan profitabilitas tanpa meningkatkan efisiensi.

Menurut Lukviarman (2006:33-35), rasio profitabilitas terbagi dalam dua kelompok, yaitu profitabilitas dalam hubungannya dengan penjualan dan dengan investasi.

- a. Profitabilitas dalam hubungannya dengan penjualan, rasio ini untuk mengetahui manajemen perusahaan dalam mengendalikan berbagai beban yang berhubungan dengan penjualan. Rasio yang termasuk dalam kelompok ini adalah:

- 1) *Gross Profit Margin*, merupakan rasio antara laba kotor yang diperoleh perusahaan dengan tingkat penjualan yang dicapai pada periode yang sama.

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

- 2) *Operating Profit Margin*, menggambarkan laba operasi terhadap penjualannya.

$$\text{Operating Profit Margin} = \frac{\text{Laba Operasi}}{\text{Penjualan}}$$

- 3) *Net Profit Margin*, merupakan perbandingan antara laba setelah dikurangi dengan seluruh pengeluaran dibagi dengan penjualan perusahaan.

$$\text{NPM} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

- b. Profitabilitas dalam hubungannya dengan investasi, rasio ini untuk mengukur tingkat keuntungan perusahaan dalam hubungannya dengan dana yang diinvestasikan dalam rangka menghasilkan keuntungan. Rasio yang termasuk dalam kelompok ini adalah:

- 1) *Return on Asset (ROA)*, rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat asset tertentu.

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Asset}}$$

- 2) *Return On Equity* (ROE), merupakan indikator yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba atas sejumlah investasi yang dilakukan pemegang saham.

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Modal Sendiri}}$$

Menurut Kasmir (2011:197) dalam memperoleh laba yang maksimal seperti yang telah ditargetkan, perusahaan harus memperhatikan kesejahteraan pemilik perusahaan, karyawan, masyarakat sekitar serta peningkatan mutu dan peningkatan investasi baru. Dalam hal ini salah satu cara peningkatan mutu produk dengan adanya CSR, karena apabila CSR suatu perusahaan tinggi maka akan lebih menarik hati konsumen dalam mengkonsumsi barang dari perusahaan tersebut sehingga akan meningkatkan penjualan dan menghasilkan laba yang maksimal. Dengan demikian dapat disimpulkan dalam pencapaian profitabilitas yang tinggi maka perusahaan harus memperlihatkan dan mengungkapkan CSR yang baik pula, karena dalam pencapaian keuntungan yang maksimal harus terdapat CSR yang tinggi.

Selain itu menurut Kasmir (2011:196) dalam pencapaian keuntungan yang maksimal perusahaan tidak hanya berusaha asal untung. Namun harus memperhatikan tujuan yang telah ditetapkan dan tidak hanya mengutamakan kepentingan perusahaan, oleh karena itu manajemen perusahaan hendaknya dapat memperhatikan lingkungan perusahaan dalam memperoleh laba yang maksimal, hal ini mempertegas profitabilitas perusahaan harus dapat memberikan pengungkapan CSR yang baik. Untuk itu dalam melihat tingkat profitabilitas

digunakan rasio Net Profit Margin dikarenakan dalam hal ini perusahaan melihat keuntungan dengan menggunakan laba bersih yang telah dikurang dengan seluruh biaya termasuk pajak, berbeda dengan margin laba kotor.

4. Ukuran Perusahaan

Secara umum ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai perbandingan besar atau kecilnya suatu objek. Menurut kamus besar bahasa Indonesia (2002), ukuran diartikan sebagai: (1) Hasil mengukur; (2) panjang lebar, luas, besar sesuatu (3) bilangan yang menunjukkan besar satuan ukuran; (4) Alat untuk mengukur (seperti meter, jengkal,dll). Soemarso (2002:25) adalah suatu organisasi yang didirikan oleh seseorang atau sekelompok orang atau badan lain yang kegiatannya adalah melakukan produksi dan distribusi guna memenuhi kebutuhan ekonomis manusia.

Jika dihubungkan dengan perusahaan, maka ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai suatu perbandingan besar atau kecilnya perusahaan. Menurut Suwito dan Herawaty (2005) ukuran perusahaan adalah suatu skala yang dapat mengklasifikasikan perusahaan dengan berbagai cara yaitu: total aktiva, jumlah penjualan, jumlah tenaga kerja, dll. Skala perusahaan menunjukkan suatu ukuran (besar/kecil) dari suatu perusahaan.

Jadi, ukuran perusahaan merupakan suatu indikator yang dapat menunjukkan kondisi atau karakteristik perusahaan dimana terdapat beberapa parameter yang dapat digunakan untuk menentukan ukuran suatu perusahaan.

Seperti banyaknya jumlah karyawan yang digunakan perusahaan untuk melakukan aktivitas operasi perusahaan, total penjualan perusahaan yang dicapai oleh perusahaan dalam suatu periode dan jumlah aktiva yang dimiliki perusahaan. Menurut Machfoedz (1999:135), ukuran perusahaan dapat dibagi dalam tiga kategori, yaitu: perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium size*), perusahaan kecil (*small firm*) yang didasarkan pada total aktiva perusahaan. Semakin besarnya perusahaan, maka tanggung jawab yang dimiliki perusahaan tersebut akan lebih tinggi, oleh karena itu dalam melihat tanggung jawab sosial, perusahaan besar lebih memiliki tanggung jawab sosial yang tinggi dan perusahaan bsar harus menggambarkan mengenai segala aktivitas sosial yang lebih terperinci. Dapat disimpulkan perusahaan besar harus mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dalam pertanggungjawaban kepada publik sehingga laba dan investasi lebih dapat ditingkatkan, dengan demikian ukuran perusahaan terlihat mempengaruhi pengungkapan CSR. Adapun total aktiva ketiga perusahaan tersebut :

a. Perusahaan Besar (*large firm*).

Perusahaan besar merupakan perusahaan yang memiliki total aktiva dan asset yang besar. Yang memiliki asset sekurang-kurangnya Rp 200.000.000.000.

b. Perusahaan Menengah (*medium size*).

Perusahaan menengah merupakan perusahaan yang memiliki total asset antara Rp 2.000.000.000 sampai dengan Rp 200.000.000.000.

c. Perusahaan Kecil (*small firm*).

Perusahaan kecil merupakan perusahaan yang memiliki asset kurang dari Rp 2.000.000.000

Ukuran perusahaan dapat diklasifikasikan berdasarkan total aktiva, jumlah karyawan dan kapitalisasi pasar (*market capitalized*). Variabel ini digunakan dalam menentukan ukuran perusahaan karena dapat mewakili seberapa besar perusahaan tersebut. Semakin besar aktiva maka semakin banyak modal yang ditanamkan dalam perusahaan. Semakin banyak penjualan maka semakin banyak perputaran uang serta semakin banyak kapitalisasi pasar maka semakin besar pula kesempatan perusahaan untuk dikenal dalam masyarakat.

5. Tingkat *Leverage*

Leverage adalah penggunaan aktiva dan sumber dana oleh perusahaan yang memiliki beban tetap dengan maksud meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham (Sugiyarso, 2005:116). Menurut Lukman (2001:89) ada tiga macam *leverage*, yaitu *Operating leverage*, *Financial leverage*, dan *Total leverage*.

a. *Operating leverage*

Operating leverage timbul karena adanya biaya operasi tetap yang digunakan dalam perusahaan untuk menghasilkan *income*. Menurut batasnya biaya operasi tetap tidak berubah pada volume penjualan.

Apabila terjadi peningkatan volume penjualan ini akan menyebabkan naiknya EBIT. Sebaliknya apabila terjadi penurunan terhadap penjualan maka akan menurunkan EBIT.

b. Financial leverage

Financial leverage timbul karena adanya kewajiban-kewajiban *financial* yang sifatnya tetap yang harus dikeluarkan perusahaan. Kewajiban *financial* yang tetap ini tidak akan berubah dengan adanya perubahan tingkat EBIT dan harga dibayar tanpa melihat sebesar apapun tingkat EBIT yang dicapai oleh perusahaan.

c. Total leverage

Total leverage adalah gabungan dari *operating leverage* dengan *financial leverage*.

Rasio *leverage* adalah perbandingan antara dana yang berasal dari pemilik dengan dana yang berasal dari kreditur. Rasio *leverage* menjadi sangat penting bagi kreditur atau calon kreditur, karena pada umumnya kreditur atau calon kreditur memerlukan informasi berapa besar dana pemilik (pemegang saham) dalam perusahaan sebagai dasar menentukan tingkat keamanan kredit yang diberikan. Rasio *leverage* berguna untuk menunjukkan kualitas kewajiban perusahaan serta berapa besar perbandingan antara kewajiban tersebut dengan aktiva perusahaan.

Menurut Lukviarman (2006:31-32), rasio *leverage* terbagi dalam dua kelompok, yaitu *balanced sheet coverage ratio* dan *Coverage ratio*.

a. *Balanced sheet coverage ratio*, untuk mengetahui cara atau dimana perusahaan memperoleh sumber pembiayaan untuk membiayai aktiva yang dimilikinya. Rasio ini terbagi menjadi dua, yaitu:

- 1) Rasio hutang, yaitu ukuran seberapa besar aktiva yang dimiliki oleh perusahaan yang dibelanjai dengan hutang.

$$\text{Rasio hutang} = \frac{\text{Total hutang}}{\text{Total aktiva}}$$

- 2) Rasio hutang dengan ekuitas, menunjukkan perbandingan antara total hutang dengan total modal sendiri.

$$\text{Rasio hutang dengan ekuitas} = \frac{\text{Total hutang}}{\text{Ekuitas}}$$

b. *Coverage ratio*, untuk menilai kemampuan perusahaan untuk menutupi beban yang muncul akibat digunakannya sumber pembiayaan dari pihak luar. Rasio ini terbagi menjadi dua, yaitu:

- 1) *Time Interest Earned ratio*, menggambarkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban tetapnya didalam membayar beban bunga dari sejumlah laba sebelum bunga dan pajak (EBIT).

$$\text{Time Interest Earned ratio} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Beban bunga}}$$

- 2) *Fixed charge coverage*, untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menutupi beban tetapnya, termasuk pembayaran deviden saham preferen, biaya bunga dan angsuran pinjaman sewa.

$$\text{Fixed charge coverage} = \frac{\text{EBIT} + \text{biaya bunga} + \text{pembayaran sewa}}{\text{biaya bunga} + \text{pembayaran sewa}}$$

Menurut Weston & Brigham (2005:24), masalah keagenan dapat terjadi antara pemegang saham dan kreditor. Untuk mengatasinya diperlukan kejujuran dan ketaatan manajer terhadap kreditor atas perjanjian kredit yang telah dilakukan. Kejujuran tersebut dapat dilakukan melalui pengungkapan informasi perusahaan. Semakin tinggi tingkat leverage perusahaan maka semakin banyak perjanjian kredit yang dilakukan perusahaan, sehingga akan semakin banyak pengungkapan yang akan dilakukan perusahaan termasuk informasi sosial perusahaan.

Menurut Kasmir (2011:158) penggunaan rasio hutang dengan ekuitas sangat baik digunakan dalam melihat leverage perusahaan, karena semakin besar rasio ini maka semakin besar resiko yang ditanggung perusahaan atas kegagalan yang terjadi pada perusahaan. Dapat disimpulkan leverage perusahaan dapat memperlihatkan seberapa besar kemampuan CSR yang dimiliki perusahaan.

6. Ukuran Dewan Komisaris

Ukuran dewan komisaris merupakan pengendalian intern tertinggi yang bertanggung jawab untuk memonitor tindak manajemen puncak. Komposisi individu yang bekerja sebagai anggota dewan komisaris merupakan hal penting dalam memonitor aktivitas manajemen secara efektif (Fama dan jessen, 1983, dalam Sembiring, 2003). Dewan komisaris yang berasal dari luar perusahaan dipandang lebih baik, karena pihak dari luar menetapkan kebijakan yang berkaitan dengan perusahaan dengan lebih objektif dibanding perusahaan yang memiliki susunan dewan komisaris yang hanya berasal dari dalam perusahaan.

Teori agensi telah digunakan secara luas dalam penelitian tentang dewan komisaris. Hal ini dilakukan dengan membagi tipe anggota dewan komisaris menjadi dua, yaitu : *outside dan inside directors* (Kosnik, 1987, dalam Arifin, 2002). Dia menemukan bahwa komposisi dewan komisaris yang diukur dengan rasio *out side directors* terhadap jumlah dewan komisaris mempunyai pengaruh signifikan (positif) terhadap pengungkapan sukarela (Sembiring, 2003) pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan bagian dari pengungkapan sukarela di Indonesia, hal ini dikarenakan belum adanya aturan yang mengharuskan perusahaan untuk mengungkapkan berkaitan dengan ukuran dewan komisaris. Collier dan Gregory 1999 dalam Sembiring (2003) menyatakan semakin besar anggota dewan komisaris maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan memonitoring, sehingga yang dilakukan akan semakin efektif. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka tekanan terhadap manajemen akan semakin besar untuk mengungkapkannya

Menurut Chairiri (2005) ukuran dewan direksi harus dibentuk sedemikian rupa sehingga memungkinkan pengambilan keputusan yang efektif, tepat dan cepat serta dapat bertindak independen. Dewan komisaris merupakan mekanisme pengendalian intern tertinggi yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak. Komposisi individu yang bekerja sebagai anggota dewan komisaris merupakan hal penting dalam memonitor

aktivitas manajemen secara efektif (Fama dan Jensen, 1983, dalam Sembiring, 2003).

Dewan komisaris yang berasal dari luar perusahaan akan dipandang lebih baik, karena pihak dari luar akan menetapkan kebijakan yang berkaitan dengan perusahaan dengan lebih objektif dibanding perusahaan yang memiliki susunan dewan komisaris yang hanya berasal dari dalam perusahaan. Dewan komisaris terdiri dari inside dan outside director yang akan memiliki akses informasi khusus yang berharga dan sangat membantu dewan komisaris serta menjadikannya sebagai alat efektif dalam keputusan pengendalian. Sedangkan fungsi dewan komisaris itu sendiri adalah mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen (direksi) dan bertanggung jawab untuk menentukan apakah manajemen memenuhi tanggung jawab mereka dalam mengembangkan dan menyelenggarakan pengendalian intern perusahaan (Mulyadi, 2002).

Menurut Beasley (2001) dalam Sembiring (2003) item dan kualitas informasi yang diungkapkan dalam laporan yang disiapkan manajemen dapat mempengaruhi pengambilan keputusan dan kebijakan perusahaan. Manajemen memiliki dorongan untuk mengungkapkan informasi yang menguntungkan dan “menyembunyikan” informasi yang tidak menguntungkan. Informasi yang menguntungkan akan diungkap seluas-luasnya, sedangkan informasi yang tidak menguntungkan kelihatannya tidak diungkap dan sebagai hasilnya, para pemegang saham tidak akan mengetahui secara khusus informasi yang

disembunyikan. Untuk mengatasi hal tersebut, pemegang saham mendelegasikan wewenang mereka dalam memonitor aktivitas manajemen kepada dewan komisaris.

7. Penelitian yang Relevan

Yuningsih (2001) melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh karakteristik perusahaan terhadap praktek pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Analisis penelitian ini dilakukan terhadap 20 perusahaan publik yang termasuk dalam kelompok 20 perusahaan terbesar berdasarkan nilai kapitalisasi pasar dan mengungkapkan tanggung jawab lingkungan dan sosialnya dalam laporan keuangan tahun 2000 dan 2001. Hasil perhitungan regresi berganda menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, ROA, Industri dan umur perusahaan secara simultan berpengaruh positif terhadap praktek pengungkapan tanggung jawab lingkungan dan sosial perusahaan (jumlah kalimat sosial). Hasil analisis juga menunjukkan bahwa dari semua variabel independen hanya variabel industri saja yang secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.

Sembiring (2005) melakukan penelitian terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilihat dari karakteristik perusahaan yaitu: ukuran perusahaan, profitabilitas, *profile* perusahaan, ukuran dewan komisaris dan *leverage*. Penelitian ini dilakukan terhadap seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia seperti yang terdapat pada *Indonesian Capital Market*

Directory 2002. Dari hasil penelitian dihasilkan kesimpulan bahwa ukuran perusahaan, *profile* dan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan sosial. Sedangkan tinggi rendahnya *leverage* tidak mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial.

Anggraini (2006) melakukan penelitian mengenai pengungkapan informasi sosial dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi sosial dalam laporan keuangan tahunan. Penelitian dilakukan pada seluruh perusahaan yang terdaftar di BEJ dengan periode 2000-2004. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, *leverage* dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Kepemilikan manajemen dan tipe industri berpengaruh terhadap pengungkapan tersebut.

8. Hubungan antar variabel

a. Pengaruh Profitabilitas terhadap Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Profitabilitas merupakan suatu indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan. Profitabilitas dari suatu perusahaan telah banyak digunakan sebagai variabel penjelas penelitian-penelitian tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut Suwardjono (2005:583), manajemen selalu berusaha untuk mengungkapkan informasi

yang menurut pertimbangannya sangat diminati oleh investor dan pemegang saham khususnya kalau informasi tersebut berupa berita baik (*good news*). Jadi, profitabilitas termasuk dalam “*good news*” yang akan mendorong manajemen untuk mengungkapkan lebih banyak informasi mengenai perusahaan termasuk informasi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan.

Salah satu elemen penting teori agensi adalah perbedaan preferensi atau tujuan antara prinsipal dan agen (Supriyono, 2000:185). Perbedaan tujuan tersebut dapat dikurangi melalui kontrak insentif. Besar kecilnya penghargaan yang diterima oleh agen tergantung pada ukuran kinerjanya, semakin baik kinerjanya maka semakin tinggi insentif yang akan diterima oleh manajer, sehingga manajer akan meningkatkan kinerjanya untuk mendapatkan insentif yang tinggi dan sekaligus tercapai keselarasan tujuan dengan prinsipal.

Penelitian yang dilakukan oleh Bowman dan Haire (1976) serta Preston (1978) dalam Hackston dan Milne (1996) membuktikan hubungan yang positif antara profitabilitas dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Menurut Kokobu et.al (2001) dalam Sembiring (2005) terdapat hubungan positif antara kinerja ekonomi suatu perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini dikaitkan dengan teori

agensi bahwa perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka semakin banyak pengungkapan yang akan dilakukan perusahaan termasuk pengungkapan sosial untuk menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dalam keadaan yang baik

b. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Salah satu faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah ukuran perusahaan. Sesuai dengan teori keagenan, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak untuk mengurangi biaya keagenan tersebut (Sembiring, 2005). Untuk mengurangi biaya keagenan tersebut manajemen berusaha untuk menginformasikan kegiatan operasional perusahaan sebanyak-banyaknya termasuk informasi tanggung jawab sosial perusahaan.

Menurut hipotesis biaya politis, semakin besar biaya politis yang dihadapi oleh perusahaan, maka manajer akan memilih prosedur akuntansi yang dapat menghasilkan laba sekarang menjadi lebih rendah dari pada laba masa depan ((Watt & Zimmerman (1990) dalam Scott (2000:267)). Perusahaan besar memiliki biaya politis yang besar dari pada perusahaan kecil. Untuk menghasilkan laba sekarang menjadi lebih rendah, maka

perusahaan akan cenderung untuk mengeluarkan biaya lebih besar termasuk biaya untuk mengungkapkan informasi sosial perusahaan. Jadi, perusahaan besar akan cenderung lebih banyak mengungkapkan informasi tanggung jawab sosialnya dari pada perusahaan kecil untuk menghasilkan laba sekarang menjadi lebih rendah.

Semakin besar perusahaan, maka semakin besar ruang lingkup usaha yang dijalani oleh perusahaan serta banyak stakeholder yang terlibat dalam aktivitas perusahaan. Menurut Hamid (2004), perusahaan besar akan mengungkapkan lebih banyak informasi dalam laporan tahunannya karena mereka sadar bahwa tindakan mereka dimonitor oleh pihak ketiga dan oleh karena itu, perusahaan perlu legitimasi atas perilakunya. Secara umum perusahaan besar lebih banyak mengungkapkan informasi dari pada perusahaan kecil termasuk informasi kegiatan sosial perusahaan. Perusahaan besar yang mempunyai sumber daya yang besar akan melakukan pengungkapan lebih banyak dan mampu membiayai penyediaan informasi untuk keperluan internal.

Informasi tersebut sekaligus menjadi bahan untuk keperluan pengungkapan informasi kepada pihak eksternal seperti investor dan kreditor, sehingga tidak memerlukan tambahan biaya yang besar untuk melakukan pengungkapan yang lebih banyak. Oleh karena itu, perusahaan besar mempunyai biaya produksi informasi yang lebih rendah daripada perusahaan kecil.

Hal tersebut telah dibuktikan dalam penelitian yang dilakukan oleh Belkaoui dan Karpik (1989), Hackston dan Milne (1996) dan Sembiring (2005). Dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Jadi semakin besar ukuran perusahaan maka semakin tinggi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

c. Pengaruh Tingkat *Leverage* terhadap Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Rasio *leverage* digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat resiko tidak tertagihnya suatu hutang. Perusahaan dengan *leverage ratio* yang tinggi akan menanggung *monitoring cost* yang tinggi juga. Pihak kreditor akan selalu memantau dan membutuhkan informasi mengenai keadaan keuangan debitur untuk mendapatkan keyakinan bahwa debitor dapat memenuhi kewajibannya pada saat jatuh tempo. Hal ini berarti, perusahaan dengan *leverage ratio* yang tinggi akan menyediakan informasi yang lebih banyak untuk memenuhi tuntutan kreditor jangka panjang. 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 dalam Anggraini, 2006).

Menurut Weston & Brigham (2005:24), masalah keagenan dapat terjadi antara pemegang saham dan kreditor. Untuk mengatasinya diperlukan kejujuran dan ketaatan manajer terhadap kreditor atas perjanjian kredit yang telah dilakukan. Kejujuran tersebut dapat dilakukan melalui pengungkapan informasi perusahaan. Oleh karena itu, manajer sebagai agen dari pemegang saham dan kreditor, harus bertindak untuk menjaga keseimbangan kepentingan antara kedua belah pihak. Jadi, untuk menjaga keseimbangan tersebut dapat manajer akan lebih banyak mengungkapkan informasi perusahaan termasuk informasi sosial perusahaan. Semakin tinggi tingkat *leverage* perusahaan maka semakin banyak perjanjian kredit yang dilakukan sehingga akan semakin banyak pengungkapan yang akan dilakukan perusahaan termasuk informasi sosial perusahaan.

Menurut hipotesis ekuitas utang, semakin tinggi utang/ekuitas perusahaan, maka semakin dekatnya perusahaan terhadap batasan-batasan yang terdapat dalam perjanjian utang dan semakin besar kesempatan atas pelanggaran perjanjian dan terjadinya biaya kegagalan teknis, maka semakin besar kemungkinan para manajer menggunakan metode-metode akuntansi yang meningkatkan laba (Belkaoui, 2007:189). Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kesempatan yang besar untuk pelanggaran atas perjanjian kredit. Oleh karena itu perusahaan berusaha untuk melaporkan laba yang tinggi pula. Agar laba yang dilaporkan tinggi,

maka perusahaan akan mengurangi biaya-biaya termasuk biaya untuk pengungkapan informasi sosial.

Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Chow *et al.*, (1987) dan Hossain *et al* (1995) yang menemukan hubungan yang positif antara kedua variabel tersebut. Jadi semakin tinggi tingkat *leverage* maka semakin tinggi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

d. Pengaruh Ukuran Dewan Komisari terhadap Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Dewan komisaris merupakan mekanisme pengendalian intern yang tinggi yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan puncak. Komposisi individu yang bekerja sebagai anggota dewan komisaris merupakan hal penting dalam memonitor aktivitas manajemen secara efektif (Fama dan Jensen, 1983, dalam Sembiring 2003). Coller dan Gregory 1999 dalam Sembiring (2003) menyatakan bahwa semakin besar anggota dewan komisaris maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan memonitoring, sehingga yang dilakukan akan semakin efektif. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka tekanan terhadap manajemen akan semakin besar untuk mengungkapkannya.

Penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005) mengenai karakteristik perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial. Dari

hasil penelitiannya ukuran dewan komisaris juga berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa semakin banyak anggota dewan komisaris maka pengungkapan tanggung jawab sosial akan semakin luas.

B. Kerangka Konseptual

Terjadinya pergeseran paradigma pemikiran terhadap tanggung jawab perusahaan yang pada awalnya hanya bertanggung jawab kepada para pemegang saham, saat ini perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada para pemegang saham. Tetapi perusahaan juga bertanggung jawab kepada karyawan, masyarakat luas dan juga pemerintah. Akibat adanya pergeseran paradigma pemikiran tersebut, maka perusahaan dalam melaksanakan aktivitas operasionalnya sangat memperhatikan pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan di dalam laporan keuangan tahunannya.

Penyajian laporan tahunan dalam kaitannya dengan aktivitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dipengaruhi antara lain oleh profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage dan ukuran dewan komisaris. Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan salah satu cara untuk mengkomunikasikan aktivitas sosial perusahaan kepada para *stakeholdernya*. Dalam laporan tersebut, perusahaan mengungkapkan informasi yang lebih banyak dari biasanya seperti informasi tentang karyawan, produk, konsumen, lingkungan hidup, dan kemasyarakatan.

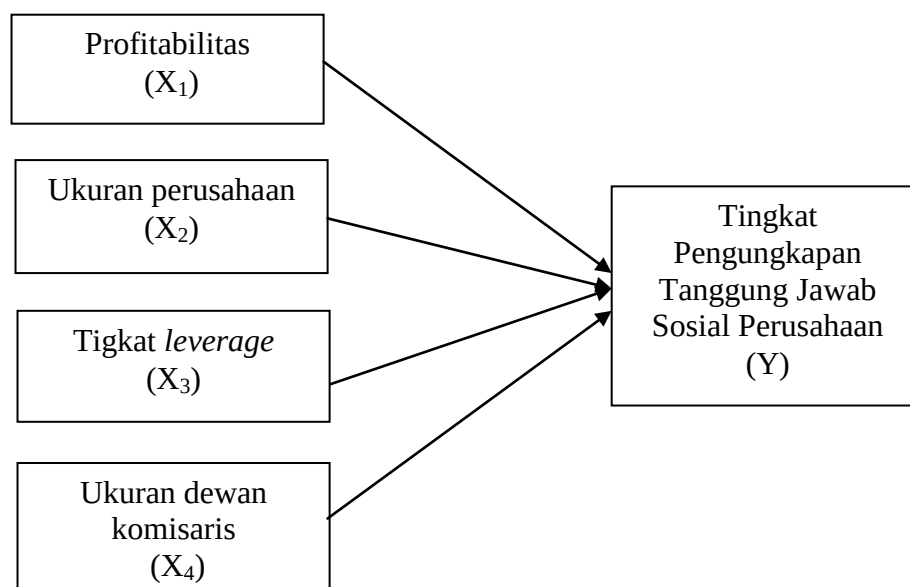
Profitabilitas adalah informasi tentang kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Sesuai dengan teori agensi, perusahaan yang memiliki laba yang besar akan mengungkapkan informasi sosial yang lebih banyak. Jadi, semakin tinggi profitabilitas maka semakin banyak informasi sosial yang diungkapkan perusahaan.

Ukuran perusahaan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi sosial. Ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya kekayaan yang dimiliki suatu perusahaan. Perusahaan besar yang memiliki biaya politis yang lebih besar dari pada perusahaan kecil akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak tentang perusahaan termasuk pengungkapan sosial untuk menghasilkan laba perusahaan sekarang menjadi lebih rendah daripada laba masa depan.

Leverage memberikan informasi akuntansi mengenai tingkat penggunaan utang sebagai sumber pembiayaan. Perusahaan dengan *leverage ratio* yang tinggi akan menanggung *monitoring cost* yang tinggi juga. Pihak kreditor akan selalu memantau dan membutuhkan informasi mengenai keadaan keuangan debitur untuk mendapatkan keyakinan bahwa debitor dapat memenuhi kewajibannya pada saat jatuh tempo. Hal ini berarti, perusahaan dengan *leverage ratio* yang tinggi akan menyediakan informasi yang lebih banyak untuk memenuhi tuntutan kreditor jangka panjang.

Sedangkan dewan komisaris merupakan mekanisme pengendalian intern yang tinggi yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan puncak.

Komposisi individu yang bekerja sebagai anggota dewan komisaris merupakan hal penting dalam memonitor aktivitas manajemen secara efektif (Fama dan Jensen, 1983, dalam Sembiring 2003). Coller dan Gregory 1999 dalam Sembiring (2003) menyatakan bahwa semakin besar anggota dewan komisaris maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan memonitoring, sehingga yang dilakukan akan semakin efektif. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka tekanan terhadap manajemen akan semakin besar untuk mengungkapkannya. Untuk lebih jelas dan terarah, maka dalam penulisan ini penulis membuat kerangka konseptual. Adapun kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 1
Kerangka Konseptual

C. Hipotesis

Dalam penelitian ini penulis merumuskan hipotesis untuk mendukung jawaban atas permasalahan yang ada. Perumusan hipotesis tersebut adalah :

H₁ : Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

H₂ : Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

H₃ : Tingkat *leverage* berpengaruh signifikan positif terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

H₄ : Ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan positif terhadap tingkat tanggung jawab sosial perusahaan

BAB V

Penutup

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian mengenai “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Ukuran Dewan Komisaris terhadap Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial” adalah sebagai berikut:

1. Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan positif terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial. (H_1 ditolak).
2. Ukuran perusahaan mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial. (H_2 diterima).
3. *Leverage* tidak berpengaruh signifikan positif terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial. (H_3 ditolak).
4. Ukuran dewan komisaris mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial. (H_2 diterima).

B. Keterbatasan

Meskipun peneliti telah berusaha merancang dan mengembangkan penelitian sedemikian rupa, namun masih terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini. Dimana dari model penelitian yang digunakan, diketahui bahwa variabel penelitian yang digunakan hanya dapat menjelaskan sebesar 20,1%.

Sedangkan 79,9% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti. Sehingga variabel penelitian yang digunakan kurang dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Keterbatasan penelitian ini juga terletak pada periode penelitian yang hanya 3 tahun pengamatan sehingga memungkinkan praktek pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang diamati kurang menggambarkan kondisi yang sebenarnya.

C. Saran Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, simpulan dan keterbatasan dapat dikemukakan saran-saran untuk penelitian ini sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang disebabkan oleh faktor-faktor lain yang tidak diamati dalam penelitian ini masih relatif besar. Sehingga peneliti selanjutnya diharapkan menambahkan atau menggunakan variabel-variabel lain yang diduga dapat memberikan model pendugaan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang lebih baik.
2. Bagi perusahaan emiten hendaknya meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosialnya dalam laporan keuangan tahunan, yang dapat meningkatkan citra perusahaan yang menjadi nilai tambah bagi perusahaan serta merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan kepada seluruh *stakeholder*.

3. Bagi investor dan pengguna laporan keuangan, sebaiknya memperhatikan informasi-informasi yang diungkapkan oleh perusahaan termasuk informasi sosial perusahaan. Dimana informasi tersebut berguna dalam pengambilan keputusan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Fr. Reni Retno. (2006). Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial Dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris Pada Perusahaan-Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta). *Simposium Nasional Akuntansi IX*. Padang.
- Belkaoui, Ahmed Riahi. (2000). *Teori Akuntansi*, Buku Satu. Jakarta: Salemba Empat.
- _____. (2007). *Teori Akuntansi*, Buku Dua. Jakarta: Salemba Empat
- Belkaoui, A. and Karpik, P.G. (1989). "Determinants Of The Corporate Decision To Disclose Social Information". *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. Vol. 2 No. 1. Pp. 36-51.
- Branco C, Manuel and Lucia Lima Rodrigues. (2006). Corporate Social Responsibility and Resource-Based Perspectives. *Journal of Business Ethics*. Vol. 69. Pp 111-132
- Choi, Frederick D.S & Gary K. Meek. (2005). *Akuntansi Internasional*. Edisi kelima. Jakarta: Salemba Empat.
- Hamid, Fathilatul Zakimi Abdul. (2004). Corporate Social Disclosure By Banks and Finance Companies: Malaysian Evidence. *Corporate Ownership & Control*. Volume 1. Issue 4.
- Harahap, Sofyan Syafri. (2007). *Teori Akuntansi*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Harahap, Sofyan Syafri. (2003). *Analisis Kritis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Hendriksen, Eldon dan Van Michael F. Van Breda. (2004). *Teori Akunting*. Buku Dua. Edisi Kelima. Jakarta: Interaksa.
- Ikhsan, Arfan. (2006). *Akuntansi Keperilakuan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lukviarman, Niki. (2006). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Padang: Andalas University Press.

- Machfoedz, Mas'ud. (1999). *Financial Ratio Analysis and The Prediction of Earning Change In Indonesia*. Kelola: Gajah Mada University Business Review, no.7/III/1999.
- Moir, Lance. (2001). What Do We Mean By Corporate Social Responsibility?. *Corporate Governance*. Vol.1 No. 32. Pp 16-22.
- Munawir. (1995). *Analisa Laporan Keuangan*. Jakarta: Liberty.
- Pebrinaldi. (2008). *Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Corporate Governance Terhadap Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. UNP
- Sawir, Agnes. (2001). *Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan*. Jakarta: Gramedia.
- Scott, William R. (2000). *Financial Accounting Theory*. Second Edition. Canada: Prentice Hall.
- Sembiring, Eddy Rismanda. (2005). Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial : Study Empiris pada Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Simposium Nasional Akuntansi VIII*. Solo.
- Soemarso, S. R. (2002). *Akuntansi Suatu Pengantar*, Buku satu, Edisi Keempat. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyarso dan F. Winarni. (2005). *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Supriyono. (2005). *Sistem Pengendalian Manajemen*. Buku Dua. Yogyakarta: BPFE.
- Suwardjono. (2005). *Teori Akuntansi*. Yogyakarta: FE Universitas Gadjah Mada.
- Suwito, Edy dan Arleen Herawaty. (2005). Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Tindakan Perataan Laba yang Dilakukan Oleh Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta. *Simposium Nasional Akuntanso VIII*. Solo.
- Umar, Husein. (2005). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Weston, J. Fred dan Eugene F. Brigham. (2005). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Erlangga.

Wibisono, Yusuf. (2007). *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Jakarta: Fascho Pulblishing.

Yuningsih. (2001). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Praktek Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Publik*. Malang: FE-UMM.

**L
A
M
P
I
R
A
N**