

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN KINERJA LINGKUNGAN
TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB
SOSIAL PERUSAHAAN
(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar
di BEI 2008-2012)**

SKRIPSI



Oleh :

**FITRIA MEISYA DELA
2011 / 1107928**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2014**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN KINERJA LINGKUNGAN
TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB
SOSIAL PERUSAHAAN
(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI)**

Nama : Fitria Meisya Dela
NIM/BP : 2011/1107928
Program Studi : Akuntansi
Keahlian : Akuntansi Keuangan
Fakultas : Ekonomi

Padang, Agustus 2014

Disetujui Oleh :

Pembimbing I



Henri Agustin, SE, M. Sc, Akt
NIP. 19771123 200312 1 003

Pembimbing II



Mayar Afriyenti, SE, M. Sc
NIP.19840113200912 2 005

Ketua Prodi Akuntansi



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 Ukuran Perusahaan terhadap
Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan
(Studi Empiris terhadap Perusahaan Manufaktur
yang Terdaftar di BEI)**

Nama : Fitria Meisya Dela

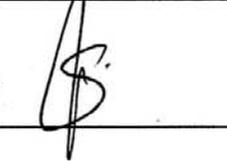
BP/NIM : 2011/1107928

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi

Padang, Agustus 2014

Tim Penguji

No. Jabatan	Nama	Tanda Tangan
1. Ketua	Henri Agustin, SE, M. Sc, Akt	
2. Sekretaris	Mayar Afriyenti, SE, M. Sc	
3. Anggota	Nayang Helmayunita, SE, M, Sc	
4. Anggota	Salma Taqwa, SE, M. Si	

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fitria Meisya Dela
NIM/Thn.Masuk : 1107928/2011
Tempat/Tgl Lahir : Bukittinggi/24 Mei 1988
Program Studi : Akuntansi
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Gang Gurami, Jalan Cendrawasih ATB
No. Hp/Telpon : 085274224490
Judul Skripsi : Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Kinerja Lingkungan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis atau skripsi saya ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (Sarjana), baik di UNP maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah ditulis atau dipublikasikan kecuali secara eksplisit dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis atau skripsi ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh tim pembimbing, tim penguji dan ketua program studi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima Sanksi Akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena karya tulis atau skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan Tinggi.

Padang, Agustus 2014
Yang menyatakan



Fitria Meisya Dela
NIM:11/1107928

ABSTRAK

Fitria Meisya Dela.2011/1107928PengaruhUkuran Perusahaan dan Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Pembimbing I : Henri Agustin, SE, M. Sc, Akt
II : Mayar Afriyenti, SE, M. Sc

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan dan kinerja lingkungan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI).

Penelitian ini tergolong penelitian kausatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode tahun 2008 sampai 2012. Sedangkan sampel penelitian ini ditentukan dengan metode *purposive sampling* sehingga diperoleh 30 perusahaan sampel. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari *www.idx.co.id*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda dengan tingkat signifikansi 5%, maka hasil penelitian ini menyimpulkan: (1) Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dengan koefisien β bernilai positif sebesar 0,019 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. (2) kinerja lingkungan berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dengan koefisien β bernilai bernilai 0,108 dan nilai signifikansi $0,000 > 0,05$

Berdasarkan hasil penelitian diatas, disarankan: (1) peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan menggunakan sampel keseluruhan perusahaan yang terdaftar di BEI. (2) peneliti selanjutnya dapat mengganti atau menambahkan variabel-variabel independen lainnya yang terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan seperti umur perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan sebagainya.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis sampaikan kehadirat Allah SWT, atas rahmat, ridho dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul "Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Kinerja Lingkungan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan". Penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Dalam penulisan skripsi ini penulis tidak terlepas dari hambatan dan rintangan. Namun demikian, atas bimbingan, bantuan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak maka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis secara khusus mengucapkan terima kasih kepada Bapak Henri Agustin, SE, M. Sc, Akt dan Ibu Mayar Afriyenti, SE, M. Sc selaku dosen pembimbing yang telah banyak menyediakan waktu dan pemikirannya dalam penyusunan skripsi ini.

Pada kesempatan ini, penulis juga ingin mengucapkan 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, khususnya Program Studi Akuntansi serta karyawan yang telah membantu penulis selama menuntut ilmu di kampus ini.

4. Staf kepastakaan dan staf administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padangyang telah ikut membantu memberikan pelayanan dalam menyelesaikan skripsi ini
5. Kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan dukungan dan mendoakan agar penulis dapat mencapai apa yang dicita-citakan.
6. Teman-teman mahasiswa transfer Srogram Studi Akuntansi angkatan 2011 Fakultas Ekonomi UNP yang banyak memberikan saran, bantuan dan dorongan moril kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini
7. Serta semua pihak yang telah membantu yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Dengan segala keterbatasan yang ada, penulis tetap berusaha untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca guna kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Padang, Agustus 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN HIPOTESIS	13
A. Kajian Teori	13
1. Teori Agensi.....	13
2. Teori Legitimasi	14
3. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.....	15
4. Ukuran Perusahaan	23
5. Kinerja Lingkungan	27
6. Tinjauan Penelitian Terdahulu	31
B. Kerangka Konseptual	33
C. Hipotesis	38

BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Jenis Penelitian	39
B. Populasi, Sampeldan Teknik Pengumpulan Sampel	39
C. Jenis Dan Sumber Data	41
D. Pengukuran Variabel	41
E. Metode Analisis Data.....	43
F. Definisi Operasional	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
A. Gambaran umum objek penelitian	49
B. Deskripsi Variabel Penelitian.....	51
C. Analisis Data	58
1. Analisis Statistik Deskriptif	58
2. Analisis Asumsi Klasik	60
a. Uji Normalitas	60
b. Uji Multikolonearitas	61
c. Uji Heteroskedastisitas	62
d. Uji Autokorelasi	63
3. Analisis Regresi Linear Berganda	63
a. Uji Koefisien Determinasi	63
b. Uji F Statistik	64
c. Uji t Statistik	65
4. Pengujian hipotesis	67
D. Pembahasan	68

BAB V PENUTUP	73
A. Kesimpulan	73
B. Keterbatasan Penelitian.....	73
C. Saran	74

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Konseptual.....	37

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Indikator Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	18
2. Kriteria Peringkat PROPER	30
3. Kriteria Pengambilan Sampel	40
4. Daftar Samel Perusahaan	40
5. Skor Peringkat PROPER.....	43
6. Indeks Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial	52
7. Ukuran Perusahaan	54
8. Kinerja Lingkungan	56
9. Statistik Deskriptif	58
10. Uji Normalitas	60
11. Uji Multikolinearitas	61
12. Uji Heteroskedastisitas	62
13. Uji Autokorelasi	63
14. Uji Koefisien Determinasi.....	64
15. Uji F Statistik	65
16. Uji t Statistik	66

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam menjaga eksistensinya, perusahaan tidak dapat dipisahkan dengan masyarakat sebagai lingkungan eksternalnya. Ada hubungan resiprokal (timbal balik) antara perusahaan dengan masyarakat. Perusahaan dan masyarakat adalah pasangan hidup yang saling memberi dan membutuhkan. Kontribusi dan harmonisasi keduanya akan menentukan keberhasilan pembangunan bangsa. Dua aspek penting harus diperhatikan agar tercipta kondisi sinergis antara keduanya sehingga keberadaan perusahaan membawa perubahan ke arah perbaikan dan peningkatan taraf hidup masyarakat.

Dari aspek ekonomi, perusahaan harus berorientasi mendapatkan keuntungan dan dari aspek sosial, perusahaan harus memberikan kontribusi secara langsung kepada masyarakat. Perusahaan tidak hanya dihadapkan pada tanggung jawab dalam perolehan keuntungan semata, tetapi juga harus memperhatikan tanggung jawab sosial dan lingkungannya.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) merupakan sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines* yaitu juga memperhatikan masalah sosial dan lingkungan (Daniri, 2008).

Lebih lanjut ia mengungkapkan bahwa korporasi bukan lagi sebagai entitas yang hanya mementingkan dirinya sendiri saja sehingga teralienasi atau mengasingkan diri dari lingkungan masyarakat di tempat mereka bekerja, melainkan sebuah entitas usaha yang wajib melakukan adaptasi kultural dengan lingkungan sosialnya.

Permasalahan lingkungan semakin menjadi perhatian baik oleh pemerintah, investor, maupun konsumen. Investor asing memiliki persoalantentang pengadaan bahan baku, dan proses produksi yang terhindar dari munculnya masalah lingkungan seperti: kerusakan tanah, rusaknya ekosistem, dan polusi udara (Hasyim dalam Rahmawati 2012).

Di Indonesia sendiri belakangan ini banyak terdapat berbagai konflik industri seperti kerusakan alam akibat eksploitasi alam yang berlebihan tanpa diimbangi dengan perbaikan lingkungan ataupun keseimbangan alam dan lingkungan sekitar seperti adanya limbah ataupun polusi pabrik yang sangat merugikan lingkungan sekitarnya. Masalah kesejahteraan karyawan pun akhir-akhir ini semakin marak kita

dengaryangmerupakan salah satu konflik yang menimbulkan aksi protes sehingga karyawan melakukan aksi demo dan mogok kerja, mereka menuntut suatu kebijakan yang dilakukan oleh perusahaan yang tidak memihak padamerekaseperti pemberian upah yang rendah serta pemberian fasilitas kesejahteraan yang diterapkan oleh perusahaan yang tidak mencerminkan keadilan (Permana 2012).

Konsep pertanggungjawaban sosial pada umumnya menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan tidak hanya terhadap pemiliknya atau pemegang

saham saja tetapi juga terhadap para *stakeholder* yang terkait dan/atau terkena dampak dari keberadaan perusahaan. Perusahaan yang menjalankan aktivitas tanggung jawab sosial akan memperhatikan dampak operasional perusahaan terhadap kondisi sosial dan lingkungan dan berupaya agar dampaknya positif. Sehingga dengan adanya konsep pertanggungjawaban sosial perusahaan diharapkan kerusakan lingkungan yang terjadi di dunia, mulai dari penggundulan hutan, polusi udara dan air, hingga perubahan iklim dapat dikurangi.

Berbagai dampak dari keberadaan perusahaan ditengah-tengah masyarakat telah menyadarkan masyarakat di dunia bahwa sumber daya alam adalah terbatas dan oleh karenanya pembangunan ekonomi harus dilaksanakan secara berkelanjutan, dengan konsekuensi bahwa perusahaan dalam menjalankan usahanya perlu menggunakan sumber daya dengan efisien dan memastikan bahwa sumber daya tersebut tidak habis, sehingga tetap dapat dimanfaatkan oleh generasi di masa datang. Dengan konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*), maka kegiatan pertanggungjawaban sosial perusahaan menjadi lebih terarah, paling tidak perusahaan perlu berupaya melaksanakan konsep tersebut.

Suatu perusahaan memang tidak dapat dipisahkan dari tanggung jawabnya terhadap sosial dan lingkungan. Banyak perusahaan yang seakan berlomba mengexposediri dalam kegiatan yang berorientasi sosial, seperti PT. Media Group dengan program “Peduli Tsunami Aceh dan Nias”, PT. Unilever Indonesia dengan program “Lifebouy HandWashing Campaign dan “Rinso, Bersih Itu Baik”, PT. Kalbe Farma dengan program “Puskesmas Keliling Procold”, AQUA dengan program “1=10 Liter”, serta banyak lagi program sosial yang memiliki program

CSR yang beragam. Namun di sisi lain, PT. Lapindo Brantas meninggalkan kenangan buruk pada para korban lumpur yang harus kehilangan tempat tinggal, harta benda, dan pekerjaan akibat eksploitasi gas. Bencana memaksa penduduk harus ke rumah sakit, sedangkan perusahaan terkesan lebih mengutamakan penyelamatan aset-asetnya daripada mengatasi soal lingkungan dan sosial yang ditimbulkan. Peristiwa tersebut merupakan salah satu contoh yang menunjukkan lemahnya pelaksanaan CSR di Indonesia (Ramadhani, 2012).

Pertanggungjawaban sosial perusahaan memiliki tujuan seperti untuk meningkatkan dan mempertahankan citra perusahaan, untuk membebaskan akuntabilitas organisasi atas dasar asumsi adanya kontrak sosial di antara organisasi dan masyarakat, serta sebagai perpanjangan dari laporan keuangan tradisional dan tujuan untuk memberikan informasi kepada investor. Untuk itulah maka pertanggungjawaban sosial perusahaan perlu diungkapkan dalam perusahaan sebagai wujud pelaporan tanggung jawab sosial kepada masyarakat.

Mengingat peristiwa tersebut di atas, Indonesia mengambil inisiatif untuk melakukan regulasi pelaksanaan CSR dengan mencantumkan kewajiban melaksanakan CSR bagi perusahaan yang menjalankan kegiatan usaha di bidang sumber daya alam dan/atau dengan sumber daya alam. Maka sejak tanggal 23 september 2007, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility disclosure*) mulai diwajibkan melalui UU Perseroan Terbatas Nomor 40 tahun 2007, khususnya untuk perusahaan- perusahaan yang hidup dari ekstraksi sumber daya alam.

Dalam Pasal 74 Undang-Undang tersebut diatur tentang kewajiban pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Sehingga, tidak ada lagi sebutan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility disclosure*) yang sukarela, namun pengungkapan yang wajib hukumnya. Sementara itu, perkembangan pertanggungjawaban sosial perusahaan di luar negeri sudah sangat populer. Bahkan di beberapa negara, tanggung jawab sosial perusahaan digunakan sebagai salah satu indikator penilaian kinerja sebuah perusahaan dengan dicantumkan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan di dalam catatan laporan keuangan perusahaan yang bersangkutan.

Pengungkapan (*disclosure*) merupakan upaya transparansi perusahaan/entitas dalam menyajikan informasi (baik itu keuangan ataupun non keuangan) kepada para *user* (para pengguna dari informasi tersebut). Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Sembiring, 2005).

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dimaksudkan untuk mendorong dunia usaha lebih etis dalam menjalankan aktivitasnya agar tidak berpengaruh atau berdampak buruk terhadap masyarakat dan lingkungan hidup sehingga pada akhirnya dunia usaha akan dapat bertahan secara berkelanjutan untuk memperoleh manfaat ekonomi yang menjadi tujuan dibentuknya dunia usaha. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai salah satu cara

perusahaan untuk membangun, mempertahankan, dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis (Lindrianasari, 2007).

Pengungkapan tanggung jawab sosial dapat diukur dengan menggunakan instrumen pengukuran dalam *checklist* yang akan digunakan dalam penelitian ini mengacu pada instrumen yang digunakan Sembiring (2005), yang mengelompokkan informasi CSR ke dalam 7 kategori yakni : lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain - lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum. Kategori ini diadopsi dari penelitian yang dilakukan oleh Hackston dan Milne (1996). Ke tujuh kategori tersebut terbagi dalam 90 *item* pengungkapan., Berdasarkan peraturan Bapepam No. VIII.G.2 tentang laporan tahunan dan kesesuaian item tersebut untuk diaplikasikan di Indonesia maka dilakukan penyesuaian (Sembiring, 2005) hingga tersisa 78 *item* pengungkapan.

Ukuran perusahaan merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai perbandingan besar/kecilnya usaha perusahaan yang melakukan bisnis, yang ditunjukkan oleh total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan dan rata-rata total aktiva. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Hal ini karena perusahaan besar akan menghadapi resiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil.

Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial. Pengungkapan sosial yang

lebih besar merupakan pengurangan biaya politis bagi perusahaan (Hasibuan, 2001). Dengan mengungkapkan kepedulian pada lingkungan melalui pelaporan keuangan, maka perusahaan dalam jangka waktu panjang bisa terhindar dari biaya yang sangat besar akibat dari tuntutan masyarakat.

Perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki tuntutan publik (*public demand*) akan informasi lebih tinggi dibanding perusahaan yang berukuran kecil. Perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar tentu akan mengungkapkan informasi yang lebih luas hal ini untuk mengurangi biaya keagenan yang dikeluarkan. Lebih banyak pemegang saham berarti memerlukan lebih banyak pengungkapan, hal ini dikarenakan tuntutan dari para pemegang saham dan para analisis pasar modal (Gunawan dalam Sembiring, 2005).

Selain ukuran perusahaan, kinerja lingkungan juga dapat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Kinerja lingkungan adalah bagaimana kinerja perusahaan untuk ikut andil dalam melestarikan lingkungan. Pemerintah melalui Kementrian Lingkungan Hidup membentuk Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER) yang telah dilaksanakan mulai tahun 2002 di bidang pengendalian dampak lingkungan untuk meningkatkan peran perusahaan dalam program pelestarian lingkungan hidup.

Melalui PROPER, kinerja lingkungan perusahaan diukur dengan menggunakan warna, mulai dari yang terbaik emas, hijau, biru, merah, hingga yang terburuk hitam untuk kemudian diumumkan secara rutin kepada masyarakat

agar masyarakat dapat mengetahui tingkat penataan pengelolaan lingkungan pada perusahaan dengan hanya melihat warna yang ada (Rakhiemah, 2009).

Menurut Verrecchia (1983, dalam Suratno dkk., 2006) dengan *discretionary disclosure* teorinya mengatakan pelaku lingkungan yang baik percaya bahwa dengan mengungkapkan *performance* mereka berarti menggambarkan *good news* bagi pelaku pasar. Oleh karena itu, perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik perlu mengungkapkan informasi kuantitas dan mutu lingkungan yang lebih dibanding dengan perusahaan dengan kinerja lingkungan yang lebih buruk.

Hasil dari diberlakukannya peraturan-peraturan pemerintah tersebut sampai saat ini pelaksanaannya masih jauh dari harapan, terbukti dari masih banyaknya perusahaan di Indonesia yang tergabung dalam PROPER mendapatkan peringkat hitam pada periode 2011-2012 yang berarti bahwa perusahaan tersebut secara sengaja tidak melakukan upaya pengelolaan lingkungan sebagaimana yang dipersyaratkan serta berpotensi mencemari lingkungan.

Hal ini menggambarkan masih banyak perusahaan-perusahaan yang memberikan andil dalam masalah pencemaran lingkungan di Indonesia. Oleh karena itulah diperlukan pengaturan secara khusus mengenai masalah pengelolaan lingkungan hidup ini. Dan tentunya sudah selayaknya perusahaan bersedia untuk menyajikan suatu laporan yang dapat mengungkapkan bagaimana kontribusi mereka terhadap berbagai permasalahan sosial yang terjadi di sekitarnya.

Berbagai penelitian yang terkait dengan pengungkapan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan menunjukkan keanekaragaman hasil. Penelitian

Sembiring (2005) dengan menggunakan sampel semua perusahaan go publik di BEJ sesuai yang tercantum dalam IDMC tahun 2002. Variabel dalam penelitian ini ada dua, yaitu karakteristik perusahaan (*size*, *profitabilitas*, ukuran dewan komisaris, *profile* perusahaan, *leverage*) dan pengungkapan tanggung jawab sosial. Hasil penelitiannya bahwa *profitabilitas* dan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Sebaliknya, ukuran perusahaan terbukti signifikan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, dan *profile* dan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Penelitian Rakhiemah dan Agustia (2009), meneliti tentang pengaruh kinerja lingkungan terhadap *CSR* dan kinerja finansial pada industri manufaktur di BEI. Hasil dari penelitian adalah kinerja lingkungan berpengaruh terhadap *CSR*, akan tetapi kinerja lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja finansial dan *CSR* tidak berpengaruh terhadap kinerja finansial. Sedangkan Maria Wijaya meneliti perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI menggunakan variabel ukuran perusahaan, *profitabilitas*, *leverage*, ukuran dewan komisaris, dan kinerja lingkungan. Hasilnya menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris, *leverage*, *profitabilitas*, dan kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Dengan adanya keberagaman hasil dari penelitian-penelitian terdahulu, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kembali mengenai pengaruh ukuran perusahaan dan kinerja lingkungan terhadap pengungkapan tanggung

jawab sosial perusahaan. Beda penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada sampel dan lama waktu penelitian. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rakhiemah menggunakan variabel kinerja finansial dengan lama waktu penelitian 3 tahun. Sedangkan penelitian ini menggunakan variabel ukuran perusahaan dengan rentang waktu 5 tahun dari 2008-2012.

Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur karena dalam hal ini perusahaan manufaktur memiliki kontribusi yang cukup besar dalam masalah-masalah seperti polusi, limbah, keamanan produk dan tenaga kerja. Ini disebabkan karena perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang paling banyak berinteraksi dengan masyarakat. Dilihat dari produksinya perusahaan manufaktur mau tidak mau akan menghasilkan limbah produksi dan hal ini berhubungan erat dengan masalah pencemaran lingkungan. Proses produksi yang dilakukan perusahaan manufaktur juga mengharuskan mereka untuk memiliki tenaga kerja bagian produksi dan ini erat kaitannya dengan masalah keselamatan kerja.

Selain itu perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang menjual produk kepada konsumen sehingga keselamatan dan keamanan produk menjadi penting untuk diungkapkan kepada masyarakat. Hal-hal inilah yang membedakan perusahaan manufaktur dari perusahaan lainnya misalnya perbankan dan hal ini menjadi alasan yang kuat untuk dilakukannya penelitian tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur (Permana, 2012).

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan

manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2008-2012 dengan judul “Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Kinerja Lingkungan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI pada Periode 2008-2012)”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sejauhmana ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
2. Sejauhmana kinerja lingkungan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Pengaruh kinerja lingkungan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

D. Manfaat Penelitian

1. Untuk dunia pendidikan, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam pengembangan ilmu ekonomi, khususnya pada bidang ilmu akuntansi. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Untuk mengembangkan ilmu pengetahuan baik bagi penulis
3. Bagi Pihak Perusahaan / Manajemen dapat digunakan sebagai referensi untuk pengambilan kebijakan oleh manajemen perusahaan mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan keuangan yang disajikan

BAB II

KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN HIPOTESIS

A. Kajian Teori

1. Teori Agensi

Agency Theory mendasarkan hubungan kontrak antar anggota-anggota dalam perusahaan, dimana prinsipal dan agen sebagai pelaku utama. Prinsipal (pemegang saham) merupakan pihak yang memberikan mandat kepada agen untuk bertindak atas nama prinsipal, sedangkan agen (manajemen) merupakan pihak yang diberi amanat oleh prinsipal untuk menjalankan perusahaan. Agen berkewajiban untuk mempertanggungjawabkan apa yang telah diamanahkan oleh prinsipal kepadanya.

Aplikasi *agency theory* dapat terwujud dalam kontrak kerja yang akan mengatur proporsi hak dan kewajiban masing-masing pihak dengan tetap memperhitungkan kemanfaatan secara keseluruhan. Kontrak kerja merupakan seperangkat aturan yang mengatur mengenai mekanisme bagi hasil, baik yang berupa keuntungan, *return* maupun risiko-risiko yang disetujui oleh prinsipal dan agen. Kontrak kerja akan menjadi optimal bila kontrak dapat *fairness* yaitu mampu menyeimbangkan antara prinsipal dan agen yang secara matematis memperlihatkan pelaksanaan kewajiban yang optimal oleh agen dan pemberian insentif/imbalan khusus yang memuaskan dari prinsipal ke agen.

Agency theory mengungkapkan adanya hubungan antara prinsipal dan agen yang dilandasi dari adanya pemisahan kepemilikan dan pengendalian

perusahaan, pemisahan penanggung resiko, pembuatan keputusan dan pengendalian fungsi-fungsi (Suryana, 2011:5). Praktik CSR dan pengungkapannya dikaitkan dengan agency theory (Cowen et. Al, 1987).Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan salah satu komitmen manajemen untuk meningkatkan kinerjanya terutama dalam kinerja sosial. Dengan demikian, manajemen akan mendapatkan penilaian positif dari *stakeholders*.

2. Teori Legitimasi

Perusahaan bisa ada dalam suatu masyarakat karena adanya dukungan darimasyarakat. Oleh sebab itu, perilaku perusahaan dan cara yang digunakanperusahaan saat menjalankan bisnis harus berada dalam bingkai pedoman yangditetapkan masyarakat. Dalam hal ini, seperti halnya pemerintah, perusahaanmemiliki kontrak sosial (*social contract*) yang berisi sejumlah hak dan kewajiban.Kontrak sosial itu akan mengalami perubahan sejalan dengan perubahan kondisimasyarakat. Namun, apa pun perubahan yang terjadi, kontrak sosial tersebuttertetapanlah merupakan dasar bagi legitimasi bisnis. Kontrak sosial ini pula yang akanmenjadi wahana bagi perusahaan untuk menyesuaikan berbagai tujuan perusahaandengan tujuan-tujuan masyarakat yang pelaksanaannya dimanifestasikan dalambentuk tanggung jawab sosial perusahaan. Legitimasi merupakan keadaanpsikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadapgejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun nonfisik.

Gray et. al, berpendapat bahwa legitimasi merupakan “... a systems oriented view of organization and society...permits us to focus on the role of information and disclosure in the relationship between organizations, the state, individuals and group”. Definisi ini mengisyaratkan bahwa legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah, individu dan kelompok masyarakat. Untuk itu, sebagai suatu sistem yang mengedepankan keberpihakan kepada *society*, operasi perusahaan harus kongruen dengan harapan masyarakat.

Hasil penelitian di atas menjelaskan bahwa legitimasi perusahaan dapat ditingkatkan melalui tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Untuk itu, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diperlukan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat.

Teori legitimasi dalam bentuk umum memberikan pandangan yang penting terhadap praktek pengungkapan sosial perusahaan. Kebanyakan inisiatif utama pengungkapan sosial perusahaan bisa ditelusuri pada satu atau lebih strategi legitimasi yang disarankan oleh Lindblom. Misalnya, kecenderungan umum bagi pengungkapan sosial perusahaan untuk menekankan pada poin positif bagi perilaku organisasi dibandingkan dengan elemen yang negatif.

3. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Perusahaan berkembang atau perusahaan besar memiliki tanggung jawab yang tinggi untuk mengungkapkan kegiatan sosial perusahaan yang dinyatakan dalam laporan tahunan perusahaan. Tanggung jawab sosial atau *corporate social*

responsibility (CSR) adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan adalah memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stockholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Darwin dalam Saputri, 2011).

CSR berhubungan erat dengan “pembangunan berkelanjutan”, dimana ada argumentasi bahwa suatu perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak semata berdasarkan faktor keuangan, misalnya keuntungan atau dividen melainkan juga harus berdasarkan konsekuensi sosial dan lingkungan untuk saat ini maupun untuk jangka panjang.

Penerapan CSR dalam perusahaan-perusahaan diharapkan selain memiliki komitmen finansial kepada pemilik atau pemegang saham, tapi juga memiliki komitmen sosial terhadap para pihak lain yang berkepentingan, karena CSR merupakan salah satu bagian dari strategi bisnis perusahaan dalam jangka panjang. Adapun tujuan dari CSR adalah (Saputri, 2011):

1. Untuk meningkatkan citra perusahaan dan mempertahankannya, biasanya secara implisit, asumsi bahwa perilaku perusahaan secara fundamental adalah baik.

2. Untuk membebaskan akuntabilitas organisasi atas dasar asumsi adanya kontrak sosial di antara organisasi dan masyarakat. Keberadaan kontrak sosial ini menuntut dibebaskannya akuntabilitas sosial.
3. Sebagai perpanjangan dari pelaporan keuangan tradisional dan tujuannya adalah untuk memberikan informasi kepada investor.

Untuk itulah maka pertanggungjawaban sosial perusahaan (CSR) perlu diungkapkandalam perusahaan sebagai wujud pelaporan tanggung jawab sosial kepada masyarakat.

Secara konseptual pengungkapan merupakan bagian integral dari pelaporan keuangan. Secara teknis, pengungkapan merupakan langkah akhir dalam roses akuntansi, yaitu penyajian informasi dalam bentuk statemen keuangan. Evans (2003) dalam Suwardjono (2008) menyatakan pengertian dari pengungkapan adalah penyediaan informasi dalam statemen keuangan termasuk statemen keuangan itu sendiri, catatan atas statemen keuangan, dan pengungkapan tambahan yang berkaitan dengan statemen keuangan. Pengungkapan sering juga dimaknai sebagai penyediaan informasi lebih dari apa yang dapat disampaikan dalam bentuk statemen keuangan formal. Evans juga membatasi pengertian pengungkapan hanya pada hal-hal yang menyangkut pelaporan keuangan.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting* (Mathews, 1995) atau *corporate social responsibility* (Hackston dan Milne, 1996) dalam Sembiring (2005) merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan

lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan bukan menjadi hal yang bersifat sukarela tetapi sudah menjadi kegiatan yang wajib dinyatakan dalam laporan tahunan. Semakin besar perusahaan maka semakin diwajibkan perusahaan tersebut untuk mengungkapkan kegiatan sosialnya. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang dinyatakan dalam laporan tahunan untuk memberikan informasi kepada pengguna laporan keuangan tahunan dan kegiatan sosial yang dilakukan untuk mengurangi dampak negatif yang dialami perusahaan seperti kemungkinan terjadinya kesenjangan sosial atau kerusakan lingkungan.

Untuk dapat melihat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan dilakukan *checklist* yang terangkum dalam tujuh kategori, yaitu: lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum. Kategori ini diadopsi dari penelitian Hackston dan Milne (1996) dalam Sembiring (2005) yang terbagi dalam 90 item yang kemudian disesuaikan menjadi 78 item. Kategori pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 1
Indikator Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Indikator	
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

	<p>pengolahan sumber alam, misalnya reklamasi daratan atau reboisasi.</p> <p>5. Konservasi sumber alam, misalnya mendaur ulang kaca, besi, minyak, air, dan kertas.</p> <p>6. Penggunaan material daur ulang.</p> <p>7. Menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan yang dibuat perusahaan.</p> <p>8. Merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan.</p> <p>9. Kontribusi dalam seni yang bertujuan untuk memperindah lingkungan.</p> <p>10. Kontribusi dalam pemugaran bangunan sejarah.</p> <p>11. Pengolahan limbah.</p> <p>12. Mempelajari dampak lingkungan untuk memonitor dampak lingkungan perusahaan.</p> <p>13. Perlindungan lingkungan hidup.</p>
Energi	<p>1. Menggunakan energi secara lebih efisien dalam kegiatan operasi.</p> <p>2. Memanfaatkan barang bekas untuk memproduksi energi.</p> <p>3. Mengungkapkan penghematan energi sebagai hasil produk daur ulang.</p> <p>4. Membahas upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energi.</p> <p>5. Pengungkapan peningkatan efisiensi energi produk.</p> <p>6. Riset yang mengarah pada peningkatan efisiensi energi dari produk.</p> <p>7. Mengungkapkan kebijakan energi perusahaan.</p>
Kesehatan dan Keselamatan Tenaga Kerja	<p>1. Mengurangi polusi, iritasi, atau resiko dalam lingkungan kerja.</p> <p>2. Mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan kesehatan fisik atau mental.</p> <p>3. Mengungkapkan statistik kecelakaan kerja.</p> <p>4. Mentaati peraturan standar kesehatan dan keselamatan kerja.</p> <p>5. Menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja.</p> <p>6. Menetapkan suatu komite keselamatan kerja.</p> <p>7. Melaksanakan riset untuk meningkatkan keselamatan kerja.</p> <p>8. Mengungkapkan pelayanan kesehatan tenaga kerja.</p>
Lain-lain tentang Tenaga Kerja	<p>1. Perekrutan atau memanfaatkan tenaga kerja wanita/orang cacat.</p> <p>2. Mengungkapkan presentase/ jumlah tenaga kerja wanita/ orang cacat dalam tingkat managerial.</p>

	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 aktifitas rekreasi.
	11. Pengungkapan presentase gaji untuk pensiun.
	12. Mengungkapkan kebijakan penggajian dalam perusahaan.
	13. Mengungkapkan jumlah tenaga kerja dalam perusahaan.
	14. Mengungkapkan tingkatan manajerial yang ada.
	15. Mengungkapkan disposisi staf- dimana staf ditempatkan.
	16. Mengungkapkan jumlah staf, masa kerja dan kelompok usia mereka.
	17. Mengungkapkan statistik tenaga kerja, misal: 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 dalama 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 dinegoisasikan.
	27. Peningkatan kondisi kerja 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 standar keselamatan.
	5. Membuat produk lebih aman untuk konsumen.
	6. Melaksanakan riset atas tingkat keselamatan produk perusahaan.
	7. Pengungkapan peningkatan kebersihan/ kesehatan dalam pengolahan/ 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 (<i>part-time employment</i>) 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 lokal.
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 diatas
Total item : 78 item	

Sumber : Dimodifikasi dari Hackston dan Milne (1999) dalam Sembiring (2005)

Gray et al (1995) dalam Yuliana (2008) mengemukakan beberapa teori yang melatar belakangi perusahaan untuk melakukan pengungkapan sosial, yaitu:

a. Decision Usefulnes Studies

Teori ini memasukkan para pengguna laporan akuntansi yang lain selain para investor ke dalam kriteria dasar pengguna laporan akuntansi sehingga suatu pelaporan akuntansi dapat berguna untuk pengambilan keputusan ekonomi oleh semua unsur pengguna laporan tersebut.

b. Economic Theory Studies

Studi ini berdasarkan *economic agency theory*. Teori tersebut membedakan antara pemilik perusahaan dengan pengelola perusahaan dan menyiratkan bahwa pengelola perusahaan harus memberikan laporan pertanggung jawaban atas segala sumber daya yang dimiliki dan dikelolanya kepada pemilik perusahaan.

c. Social and Political Studies

Sektor ekonomi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan politik, sosial dan kerangka institusional tempat ekonomi berada. Studi sosial dan politik mencakup dua teori utama, yaitu: pertama, *Stakeholder Theory* yang mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para *stakeholder*. Kedua, *Legitimacy Theory* yang menyatakan bahwa perusahaan harus dapat menyesuaikan diri dengan sistem nilai yang telah diterapkan masyarakat. Usaha perusahaan antara lain diwujudkan melalui pengungkapan sosial. Hal tersebut dilaksanakan dengan tujuan agar aktivitas dan keberadaan perusahaan terlegitimasi di mata masyarakat.

Pertanggungjawaban sosial berhubungan juga dengan *social contract theory*. Menurut teori ini, diantara bisnis perusahaan dan masyarakat terdapat suatu

kontrak sosial yang secara implisit maupun eksplisit. Dimana dalam kontrak sosial, akuntansi sosial digunakan sebagai serangkaian teknik pengumpulan dan pengungkapan data sehingga memungkinkan masyarakat untuk mengevaluasi kinerja sosial organisasi dalam memberi penilaian mengenai kelayakan operasi organisasi menurut Parker (2002) dalam Cahyonowati (2003). Disamping itu, pertanggungjawaban perusahaan diperlukan untuk menilai apakah kegiatan perusahaan telah memenuhi ketentuan, standar, dan peraturan yang berlaku. Misalnya mengenai polusi, kesehatan dan keselamatan, bahaya penggunaan bahan-bahan yang beracun.

Pada saat perusahaan mulai berinteraksi dan dekat dengan lingkungan luarnya (masyarakat), maka berkembang hubungan saling ketergantungan dan kesamaan minat serta tujuan antara perusahaan dengan lembaga sosial yang ada. Interaksi ini menyebabkan perusahaan tidak bisa lagi membuat keputusan atau kebijakan yang hanya menguntungkan pihaknya saja. Tetapi perusahaan juga harus memikirkan kebutuhan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan (*stakeholder needs*). Jika tekanan dari *stakeholder* berpengaruh kuat terhadap kontinuitas dan kinerja perusahaan maka perusahaan harus bisa menyusun kebijakan sosial dan lingkungan yang terarah dan terlegitimasi (Cahyonowati, 2003).

4. Ukuran Perusahaan

Menurut (Ferry dan Jones, 1979 dalam Panjaitan: 2004), ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya

perusahaan menurut berbagai cara, antara lain: total aktiva, penjualan, *log size*, nilai pasar saham, kapitalisasi pasar, dan lain-lain yang semuanya berkorelasi tinggi. Semakin besar total aktiva, penjualan, *log size*, nilai pasar saham, dan kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut. Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi dalam tiga kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium-size*), dan perusahaan kecil (*small firm*).

Menurut Badan Standarisasi Nasional dalam Sulistiono (2010), kategori ukuran perusahaan ada 3 yaitu:

1. Perusahaan Kecil

Perusahaan dapat dikategorikan perusahaan kecil apabila memiliki kekayaan bersih lebih dari 50.000.000,- dengan paling banyak 500.000.000,- tidak termasuk bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 300.000.000,- sampai dengan paling banyak 2.500.000.000,-.

2. Perusahaan Menengah

Perusahaan dapat dikategorikan perusahaan menengah apabila memiliki kekayaan bersih lebih dari 500.000.000,- sampai dengan paling banyak 10.000.000.000,- tidak termasuk bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 2.500.000.000,- sampai dengan paling banyak 50.000.000.000,-

3. Perusahaan Besar

Perusahaan dapat dikategorikan perusahaan besar apabila memiliki kekayaan bersih lebih dari 10.000.000.000,-, tidak termasuk bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 50.000.000.000,-

Sedangkan menurut Yusuf dan Soraya (2004) Vol. 7, No.1, ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya *asset* yang dimiliki perusahaan, ditunjukkan oleh *natural logaritma* dari total aktiva.

Semakin besar ukuran suatu perusahaan, maka kecenderungan menggunakan modal asing juga semakin besar. Hal ini disebabkan karena perusahaan besar membutuhkan dana yang besar pula untuk menunjang operasionalnya, dan salah satu alternatif pemenuhannya adalah dengan modal asing apabila modal sendiri tidak mencukupi (Abdul Halim, 2007).

Menurut Agnes Sawir (2004:101-102) ukuran perusahaan dinyatakan sebagai determinan dari struktur keuangan dalam hampir setiap studi untuk alasan yang berbeda:

- a. Pertama, ukuran perusahaan dapat menentukan tingkat kemudahan perusahaan memperoleh dana dari pasar modal. Perusahaan kecil umumnya kekurangan akses ke pasar modal yang terorganisir, baik untuk obligasi maupun saham. Meskipun mereka memiliki akses, biaya peluncuran dari penjualan sejumlah kecil sekuritas dapat menjadi penghambat. Jika penerbitan sekuritas dapat dilakukan, sekuritas perusahaan kecil mungkin kurang dapat dipasarkan sehingga membutuhkan penentuan harga sedemikian rupa agar investor

mendapatkan hasil yang memberikan return lebih tinggi secara signifikan.

- b. Kedua, ukuran perusahaan menentukan kekuatan tawar-menawar dalam kontrak keuangan. Perusahaan besar biasanya dapat memilih pendanaan dari berbagai bentuk hutang, termasuk penawaran spesial yang lebih menguntungkan dibandingkan yang ditawarkan perusahaan kecil. Semakin besar jumlah uang yang digunakan, semakin besar kemungkinan pembuatan kontrak yang dirancang sesuai dengan preferensi kedua pihak sebagai ganti dari penggunaan kontrak standar hutang.
- c. Ketiga, ada kemungkinan pengaruh skala dalam biaya dan return membuat perusahaan yang lebih besar dapat memperoleh lebih banyak laba. Pada akhirnya, ukuran perusahaan diikuti oleh karakteristik lain yang mempengaruhi struktur keuangan. Karakteristik lain tersebut seperti perusahaan sering tidak mempunyai staf khusus, tidak menggunakan rencana keuangan, dan tidak mengembangkan sistem akuntansi mereka menjadi suatu sistem manajemen.

Penentuan perusahaan ini berdasarkan kepada total *asset* perusahaan. Total aktiva dipilih sebagai proksi ukuran perusahaan dengan mempertimbangkan bahwa nilai aktiva relative lebih stabil dibandingkan dengan nilai *market capitalized* dan penjualan (Wuryatiningsih,2002 dalam Sudarmadji, 2007). Semakin besar aktiva suatu perusahaan, maka akan semakin besar pula modal yang ditanam, semakin besar total penjualan suatu perusahaan maka akan semakin

banyak juga perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula perusahaan di kenal oleh masyarakat (Hilmi dan Ali, 2008).

Ukuran perusahaan sangat berpengaruh pada tiga faktor utama, yaitu :

1. Besarnya total aktiva
2. Besarnya hasil penjualan
3. Besarnya kapitalisasi pasar

Namun disamping faktor utama diatas, ukuran perusahaan pun dapat ditentukan oleh faktor tenaga kerja, nilai pasar saham, log size, dan lain-lain yang semuanya berkorelasi tinggi.

Variabel ukuran perusahaan diukur dengan *Logaritma Natural* (Ln) dari total aktiva. Hal ini dikarenakan besarnya total aktiva masing-masing perusahaan berbeda bahkan mempunyai selisih yang besar, sehingga dapat menyebabkan nilai yang ekstrim. Untuk menghindari adanya data yang tidak normal tersebut maka data total aktiva perlu di Ln kan.

3.Kinerja Lingkungan

a. Pengertian Kinerja Lingkungan

Kinerja lingkungan adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik (*green*) (Suratno *et al.*,2006). Perusahaan memberikan perhatian terhadap lingkungan sebagai wujud tanggung jawab dan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan.Di Indonesia, Kementerian Lingkungan Hidup telah menetapkan PROPER sebagai alat untuk memeringkat kinerja lingkungan

perusahaan yang ada di Indonesia. Selain itu, perusahaan merasa penting untuk mendapatkan penghargaan dibidang lingkungan.

Perusahaan akan selalu berusaha untuk memuaskan pemangku kepentingan yang bervariasi dengan menemukan berbagai kebutuhan akan manajemen lingkungan yang proaktif dengan melakukan kegiatan efektif dan efisien. Kegiatan tersebut diantaranya dengan menggunakan teknologi pengontrol polusi melalui penggunaan mesin teknologi bersih dan adanya penerimaan keluhan terhadap produk perusahaan, tetapi dalam pelaksanaannya akan membawa konsekuensi munculnya biaya pengawasan kualitas yang tinggi karena semua aktivitas yang terlihat dalam proses produksi perlu dipersiapkan dengan baik.

b. Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup

Program Penilaian Peringkat Kinerja perusahaan yang selanjutnya disebut Proper adalah program penilaian terhadap upaya penanggung jawab usaha dan atau kegiatan dalam mengendalikan pencemaran dan atau kerusakan lingkungan hidup. Pada awal pelaksanaannya, kebijakan proper secara khusus hanya mencakup upaya pencegahan dan pengendalian pencemaran air dalam Program Kali Bersih (Prokasih). Kebijakan tersebut dikenal dengan nama Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Program Kali Bersih (Proper Prokasih) yang dituangkan dalam Keputusan Menteri Nomor: Kep- 35 A/MENLH/7/1995 tentang Program Penilaian Kinerja Perusahaan/Kegiatan

Usaha Dalam Pengendalian Pencemaran dari Lingkup Kegiatan Prokasih (Proper Prokasih).

Proper Prokasih kemudian diperluas, dengan dikeluarkannya Keputusan Menteri Lingkungan Hidup (KepMenLH) Nomor: 127/MENLH/2002 tentang Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan Dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup, yang mencakup pengendalian pencemaran air, udara, dan pengelolaan limbah bahan berbahaya beracun (B3).

Dasar hukum Proper adalah ketentuan Pasal 10 Huruf e UU 23/1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPPLH) jo. UU 32/2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPPLH). Ketentuan tersebut menyatakan, bahwa dalam rangka pengelolaan lingkungan hidup pemerintah berkewajiban mengembangkan dan menerapkan perangkat yang bersifat preemtif, preventif, dan proaktif dalam upaya pencegahan penurunan daya dukung dan daya tampung lingkungan hidup.

Hasil PROPER dipublikasikan secara terbuka kepada publik dan *stakeholder* lainnya. Kinerja perusahaan dalam hal ini dikelompokkan ke dalam peringkat warna. Melalui pemeringkatan warna ini diharapkan masyarakat dapat lebih mudah memahami kinerja penataan masing-masing perusahaan.

Sejauh ini dapat dikatakan bahwa PROPER merupakan sistem pemeringkatan yang pertama kali menggunakan peringkat warna. Peringkat kinerja penataan perusahaan PROPER dikelompokkan dalam 5 (lima) peringkat warna. Masing-masing peringkat warna mencerminkan kinerja perusahaan.

Berdasarkan Peraturan Menteri Negara Lingkungan Hidup No. 18 Tahun 2010 tentang Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan Dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup, criteria yang digunakan dalam peringkat tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 2
Kriteria Peringkat PROPER

No	Peringkat	Keterangan
1.	Emas	untuk usaha dan/atau kegiatan yang telah secara konsisten menunjukkan keunggulan lingkungan dalam proses produksi atau jasa, melaksanakan bisnis yang beretika dan bertanggung jawab terhadap masyarakat.
2.	Hijau	untuk usaha dan/atau kegiatan yang telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dalam peraturan (<i>beyond compliance</i>) melalui pelaksanaan sistem pengelolaan lingkungan, pemanfaatan sumber daya secara efisien dan melakukan upaya tanggung jawab sosial dengan baik.
3.	Biru	untuk usaha dan/atau kegiatan yang telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan yang dipersyaratkan sesuai dengan ketentuan atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.
4.	Merah	upaya pengelolaan lingkungan yang dilakukan belum sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan
5.	Hitam	untuk usaha dan/atau kegiatan yang sengaja melakukan perbuatan atau melakukan kelalaian yang mengakibatkan pencemaran atau kerusakan lingkungan serta pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku atau tidak melaksanakan sanksi administrasi.

Sumber : Kementerian Lingkungan Hidup

Peringkat tersebut, diharapkan menjadi landasan bagi masyarakat untuk dapat menilai dan kemudian mengaktualisasikan hak berperan serta dalam bidang perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup. Hal tersebut, misalnya saja

dilaksanakan melalui upaya pengawasan serta pemboikotan produk-produk perusahaan yang memiliki peringkat buruk (hitam dan/ atau merah).

Dengan kata lain, PROPER merupakan *Public Disclosure Program for Environmental Compliance*. Oleh karena itu, kebijakan proper sangat terkait erat dengan pemberian informasi lingkungan hidup oleh penanggung jawab usaha kepada masyarakat, sehingga masyarakat dapat mampu menyikapi secara aktif informasi tingkat penataan Proper suatu perusahaan, dengan memberikan respon tertentu (baik atau buruk), berdasarkan informasi Proper tersebut. Sehingga mampu mendorong perusahaan untuk lebih meningkatkan kinerja perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidupnya.

Selain itu, Proper terkait erat dengan hak masyarakat atas informasi lingkungan hidup serta hak untuk berperan serta dalam upaya perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup, sebagaimana diatur dalam UU 23/1997 (UUPLH) jo. UU 32/2009 (UUPPLH). Pemenuhan hak-hak masyarakat tersebut, tentunya menuntut transparansi oleh kalangan penanggung jawab usaha/ kegiatan/ dunia usaha dalam memberikan informasi lingkungan hidup yang benar serta mudah untuk dipahami masyarakat.

4. Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Sembiring (2005) meneliti mengenai karakteristik perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan yang terdaftar di Bursa

Efek Jakarta yang diproksi *size*, profitabilitas, *profile*, ukuran dewan komisaris, dan *leverage*. Menggunakan 78 perusahaan yang tercatat di BEJ dengan penarikan sampel secara stratified random sampling. Penelitian ini menemukan hasil bahwa *size*, *profile*, dan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Anggraini (2006) meneliti pengungkapan informasi sosial dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi sosial dalam laporan keuangan tahunan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta. Penarikan sampel dilakukan dengan purposive sampling dan menghasilkan 1188 sampel. Hasilnya menunjukkan bahwa hampir semua perusahaan mengungkapkan kinerja ekonominya karena dikeluarkannya surat keputusan No. Kep-150/Men/2000 oleh Menteri Tenaga Kerja dan PSAK No. 57 yang berlaku efektif mulai tanggal 1 Januari 2001.

Sayekti dan Wondabio (2007) meneliti pengaruh CSR Disclosure terhadap Earning Response Coefficient pada perusahaan yang terdaftar di BEJ. Dengan menggunakan sampel dari 108 laporan tahunan perusahaan. Hasil penelitiannya yaitu tingkat pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh negatif terhadap ERC. Investor mengapresiasi informasi CSR yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan.

Rakhiemah dan Agustia (2009) melakukan penelitian mengenai kinerja lingkungan dengan judul “Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap *Cosporate Social Responsibility (CSR) Disclosure* dan Kinerja Finansial Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini memiliki tiga

variabel yaitu kinerja lingkungan, *CSR*, dan kinerja finansial. Hasil dari penelitian ini adalah kinerja lingkungan berpengaruh terhadap *CSR* akan tetapi kinerja lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja finansial dan *CSR* tidak berpengaruh terhadap kinerja finansial.

Almilia et al (2011), meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial dan dampaknya terhadap kinerja keuangan dan ukuran perusahaan. Penelitian ini menggunakan 74 sampel perusahaan penerima dan tidak penerima penghargaan ISRA dengan memakai variabel ukuran perusahaan dan profitabilitas yang diproksi dengan ROA dan ROE. Hasil pengujian terhadap ukuran perusahaan dan kinerja keuangan yang diukur dengan rasio ROA berpengaruh positif sedangkan rasio ROE berpengaruh negative terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Cheng dan Cristiawan (2011) meneliti pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap abnormal return dengan menggunakan sampel 40 perusahaan sumber daya alam. Penelitian ini menghasilkan pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan berpengaruh positif signifikan terhadap abnormal return, sedangkan ROE dan *Priceto Book Value* tidak terbukti berpengaruh.

B. Kerangka Konseptual

1. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Ukuran perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, di mana perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar, mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi konflik keagenan.

Teori agensi menjelaskan hubungan antarprincipal dengan agen. Praktik CSR dan pengungkapannya juga dikaitkan dengan agency theory (Cowen dkk, 1987; Adams, 2002; dan Campbell, 2000 dalam Farook dan Lanis, 2005). Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan salah satu komitmen manajemen untuk meningkatkan kinerjanya terutama dalam kinerja sosial. Dengan demikian, manajemen akan mendapatkan penilaian positif dari pemilik modal. Gray et. al. (1987) menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan perluasan tanggung jawab organisasi di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya shareholders.

Di samping itu perusahaan besar merupakan emiten yang disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan (Sembiring, 2005:381). Biaya politis adalah fungsi dari tingkat pengawasan politik dan pentingnya perusahaan menyalurkan kekayaan perusahaan atas dampak kegiatan politik masyarakat terhadap perusahaan. (Mills, Nutter dan Schawb, 2010:6). Perusahaan dikenakan biaya politis ketika mereka menggunakan metode yang lebih konservatif untuk menghindari gejolak politik masyarakat atas kegiatan usahanya tersebut.

Menurut hipotesis biaya politis, semakin besar biaya politis yang dihadapi oleh perusahaan, maka manajer akan memilih prosedur akuntansi yang dapat menghasilkan laba sekarang lebih rendah dibandingkan laba masa depan. Dengan demikian semakin tinggi biaya politis yang dihadapi perusahaan maka perusahaan akan semakin banyak mengeluarkan biaya untuk mengungkapkan informasi sosial sehingga laba yang dilaporkan menjadi lebih rendah [Watt & Zimmerman (1990) dalam Scott (1997)]. Perusahaan yang besar cenderung mempunyai biaya politis yang besar dibandingkan perusahaan kecil. Perusahaan besar cenderung akan memberikan informasi laba sekarang lebih rendah dibandingkan perusahaan kecil, sehingga perusahaan besar cenderung akan mengeluarkan biaya untuk pengungkapan informasi sosial yang lebih besar dibandingkan perusahaan kecil (Anggraini, 2006).

Perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang berukuran lebih kecil. Lebih banyak pemegang saham, berarti memerlukan lebih banyak juga pengungkapan, hal ini dikarenakan tuntutan dari para pemegang saham dan para analis pasar modal. Cowen et al., (1987) menyatakan bahwa perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat akan memiliki pemegang saham yang mungkin memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan dan laporan tahunan akan digunakan untuk menyebarkan informasi tentang tanggung jawab sosial tersebut.

Penelitian -penelitian sebelumnya yang menyatakan adanya pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan sosial perusahaan diungkapkan oleh Devina (2004), Almilia (2011), dan Sembiring (2005).

2. Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Kinerja lingkungan dapat diukur melalui program PROPER sebagai salah satu alat publikasi kepada masyarakat luas, disebutkan bahwa kinerja lingkungan yang semakin baik akan semakin diperhatikan dan dapat menarik konsumen. Tujuan PROPER adalah untuk mendorong peningkatan kinerja perusahaan dalam pengelolaan lingkungan melalui penyebaran informasi kinerja penataan perusahaan guna mencapai peningkatan kualitas lingkungan hidup.

Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang lebih baik akan lebih memperlihatkan tanggung jawab sosialnya dengan asumsi bahwa informasi yang diungkapkan oleh perusahaan tidak akan membuat perusahaan kehilangan *stakeholders*-nya. Dengan menjalankan tanggung jawab sosial, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek, namun juga turut memberikan kontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat serta lingkungan sekitar dalam jangka panjang maka akan menumbuhkan rasa keberterimaan masyarakat terhadap kehadiran perusahaan (Sayekti dan Wondabio, 2007).

Secara teori, penetapan hubungan antara kinerja lingkungan dan pengungkapan tanggung jawab sosial adalah penting bagi perspektif tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut Verrecchia (1983) dalam Suratno, dkk, (2006) dengan *discretionary disclosure* teorinya mengatakan pelaku lingkungan yang baik percaya bahwa dengan mengungkapkan *performance* mereka berarti menggambarkan *good news* bagi pelaku pasar. Ada asumsi bahwa kinerja lingkungan yang baik mengurangi pengungkapan biaya-biaya lingkungan masa depan perusahaan.

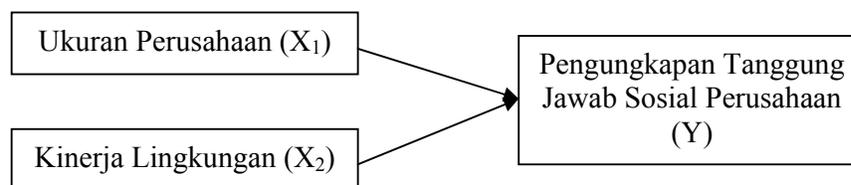
Pengungkapan informasi biaya-biaya lingkungan ini harus dirasakan sebagai berita gembira oleh para investor. Oleh karena itu, perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik perlu mengungkapkan informasi kuantitas dan mutu lingkungan yang lebih dibandingkan dengan perusahaan dengan kinerja lingkungan lebih buruk.

Perusahaan dapat menggunakan informasi peringkat PROPER sebagai *benchmark* untuk mengukur kinerja perusahaan. Sedangkan untuk perusahaan yang berperingkat Hijau atau Emas, PROPER dapat digunakan sebagai alat untuk mempromosikan perusahaan. PROPER dapat juga digunakan dalam mendorong perusahaan untuk melakukan upaya lebih dari taat, seperti melaksanakan konservasi sumber daya alam atau *eco-efficiency*. Tapi bagi perusahaan yang tidak taat, bahkan ada beberapa industri dengan peringkat hitam menjadi tutup perusahaannya karena tidak layak mendapat dana pinjaman dari bank.

Dalam penelitian Rakhiemah dan Agustia (2009), diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif signifikan antara kinerja

lingkungan dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Seolah membuktikan bahwa perusahaan cenderung memberikan informasi lingkungan yang bersifat positif di laporan tahunan perusahaan apabila perusahaan memiliki kinerja lingkungan yang baik.

Berdasarkan uraian tersebut dapat disusun kerangka pemikiran teoritis dalam bentuk diagram skematik yang ditampilkan pada gambar dibawah :



Gambar 1.

Kerangka Konseptual

C. Hipotesis

Berdasarkan penjelasan di atas maka dirumuskan hipotesis penelitian ini adalah:

H1: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

H2 : Kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, ukuran perusahaan, dan kinerja lingkungan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2008 – 2012 dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Kinerja lingkungan berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

B. Keterbatasan Penelitian

1. Dalam penelitian ini hanya mengambil sampel dari perusahaan manufaktur, sehingga perusahaan yang menjadi sampel tidak dapat mewakili keseluruhan perusahaan yang ada di Indonesia.
2. Tingkat *Adjusted R²* yang rendah (*Adjusted R²* = 0,199) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini mempunyai pengaruh yang lebih besar terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Untuk peneliti selanjutnya, sebaiknya mengambil sampel dari keseluruhan perusahaan terbuka di Indonesia. Hal ini dikarenakan hasil penelitian dapat digunakan secara umum dan akurat.
2. Untuk penelitian selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan mengganti atau menambahkan variabel-variabel independen lain terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, seperti umur perusahaan, kepemilikan publik, ukuran dewan komisaris, pengungkapan media, kategori BUMN/NonBUMN dan sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, Halim. (2007). *Manajemen Keuangan Bisnis*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Alijoyo., Antonius., dan Zaini, S. 2004. "Corporate Governance Suatu Pengantar: Peranan Dewan Komisaris dan Komite Audit dalam Pelaksanaan Corporate Governance." Indeks: Jakarta.
- Almilia, L.S., N.H.U. Dewi, dan V.H.I. Hartono. 2011. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Dampaknya terhadap Kinerja Keuangan dan Ukuran Perusahaan." *Fokus Ekonomi*. Vol.10. No.1. 50-68. STIE Perbanas Surabaya
- Angraini, F.R.R. 2006. "Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta)." *Simposium Nasional Akuntansi IX*. Universitas Sanata Dharma Yogya. Padang.
- Cahyonowati, Nur. 2003. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial (Social Disclosure) Dalam Laporan Tahunan Perusahaan". *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Undip.
- Cheng, M & Christiawan, Y. J. " *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*. Vol 13. NO 1. Mei 2011.
- Daniri, M.A. 2008a. "Standarisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Bag I)." www.madani-ri.com/2008/01/17/standarisasi-tanggung-jawab-sosial-perusahaan-bag-i/
- _____ 2008b. "Standarisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Bag II)." www.madani-ri.com/2008/02/11/standarisasi-tanggung-jawab-sosial-perusahaan-bag-ii/
- _____ 2008c. "Standarisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Bag III - Finish)." www.madani-ri.com/2008/02/11/standarisasi-tanggung-jawab-sosial-perusahaan-bag-iii-finish/
- Darmawati, D., Khosmiyah., dan Rahayu. 2005. Hubungan Corporate Governance dan Kinerja Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi VII*. Denpasar.
- Devina, Florence, 2004. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial Dalam Laporan Tahunan Perusahaan Go Publik Di Bursa Efek Jakarta." *Jurnal Maksi*. Vol.4, Agustus 2004.

- Ghozali, I. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasibuan, R. 2001. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial." *Tesis*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Henny dan Murtanto, 2001. "Analisis Pengungkapan Sosial pada Laporan Tahunan." *Media Riset Akuntansi, Auditing dan Informasi*. Vol. 1, No. 2 : 21-48.
- Hilmi, Utari dan Syaiful Ali. 2008. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ketepatan Waktu Penyampaian Laporan Keuangan", Simposium Nasional Akuntansi XI Pontianak.
- Helfert, E. 1993. "Teknik Analisis Keuangan. Erlangga". Jakarta.
- Jensen, M. C. and Meckling. 1976. Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs, and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*. Vol 3, p.305-360.
- Lindrianasari. 2007. "Hubungan antara Kinerja Lingkungan dan Kualitas Pengungkapan Lingkungan dengan Kinerja Ekonomi di Indonesia." *JAAI*. Vol.11. No.2.159-172. Universitas Lampung.
- Panjaitan, Yunia, Dewinta, Oky dan Desinta K., Sri, 2004, Analisis Harga Saham, Ukuran Perusahaan, dan Risiko Terhadap Return yang Diharapkan Investor Pada Perusahaan-Perusahaan Saham Aktif. *Jurnal Akuntansi, Auditing, dan Keuangan Universitas Atmajaya*, Vol.1 No.1.
- Pemerintah Indonesia. 2007. "Undang-Undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas." www.bapepam.go.id/reksadana/files/regulasi/UU%2040%202007%20Perseroan%20Terbatas.pdf/
- Pemerintah Indonesia, 2007. UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
- Permana, V. A. 2012. "Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure." *Skripsi*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Rahmawati, A. 2012. "Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Corporate Financial Performance dengan Corporate Social Responsibility Disclosure Sebagai Variabel Intervening." *Skripsi*. Semarang : Universitas Diponegoro.

- Rahayu, S. 2010. "Pengaruh Kinerja Keuangan pada Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan CSR dan GCG sebagai Variabel Pemoderasi." *Skripsi*. Semarang : Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Rakhiemah, A. N & Agustia, D. "Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure dan Kinerja Finansial." *Simposium Nasional Akuntansi XII*.
- Ramadhani, L. S. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI." *Skripsi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Riyanto, Bambang. 1997. *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta : BPFE
- Saputri, Ririn. 2011. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi Universitas Sumatera Utara*.
- Sawir, Agnes. 2004, "Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan, Cetakan Kelima ", Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sayekti, Y & Wondabio, L. S. "Pengaruh CSR Disclosure Terhadap Earning Response Coefficient." *Simposium Nasional Akuntansi X*.
- Sembiring, E.R. 2005. "Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Study Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta." *Simposium Nasional Akuntansi VIII*. Solo.
- Sudarmadji, A. M. dan Lana Sularto, 2007. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Tipe Kepemilikan Perusahaan Terhadap Luas Voluntary Disclosure Laporan keuangan Tahunan ", *Jurnal PESAT* (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitek & Sipil), Volume 2, Universitas Gunadarma, Jakarta.
- Sulistiono. (2010). "Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di BEI Tahun 2006-2008." *Skripsi*. Semarang: Universitas Negeri Semarang
- Suratno, Ignatius Bondan, Darsono, dan Siti Mutmainah. 2006. "Pengaruh Environmental Performance Terhadap Environmental Disclosure Dan Economic Performance: Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta Periode 2001-2004". *SNA IX Padang*. 23-26 Agustus.

- Suryani, A. W., 2007, "Analisis Pengaruh Faktor Fundamental terhadap Harga Saham pada perusahaan LQ-45 di Bursa Efek Jakarta Periode Tahun 2003-2005". *Jurnal Emas*, Vol 1, No 1, Hal 1-12
- Suardjono. 2008. *Teori Akuntansi, Perekayasaan Pelaporan Keuangan*, BPF, Yogyakarta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. 2008. Jakarta.
- Utama, S. 2007. "Evaluasi Infrastruktur Pendukung Pelaporan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan di Indonesia." www.csrindonesia.com/data/articlesother/20071121152745-ssa.pdf.
- Yusuf, Muhammad dan Soraya. 2004. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Praktik Perataan Laba Pada Perusahaan Asing dan Non-Asing di Indonesia." *JAAI* Volume 8 No. 1, Juni 2004