

**PENGARUH KINERJA PERUSAHAAN DAN UKURAN PERUSAHAAN  
TERHADAP TINGKAT PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB  
SOSIAL PERUSAHAAN**

(Studi Empiris pada Perusahaan *High Profile* yang termasuk Kategori  
LQ 45 yang terdaftar di BEI)

**SKRIPSI**

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



**OLEH:**

**GINA SEPTIANA**

**BP.2006 / 77730**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2011**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

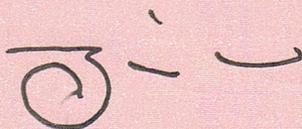
PENGARUH KINERJA PERUSAHAAN DAN UKURAN PERUSAHAAN  
TERHADAP TINGKAT PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB  
SOSIAL PERUSAHAAN  
(Studi Empiris pada Perusahaan *High Profile* yang Termasuk Kategori  
LQ45 yang Terdaftar di BEI)

Nama : Gina Septiana  
BP/NIM : 2006/77730  
Program Studi : Akuntansi  
Keahlian : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi

Padang, Februari 2011

Disetujui Oleh :

Pembimbing I



Dr. H. Efrizal Syofyan, SE, M.Si, Ak  
NIP. 19580519 199001 1 001

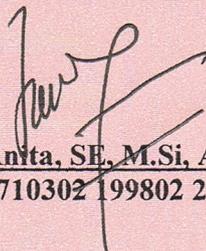
Pembimbing II



Charoline Cheisviyanny, SE, M.Ak  
NIP. 19801019 200604 2 002

Mengetahui

Ketua Program Studi Akuntansi



Lili Anita, SE, M.Si, Ak  
NIP. 19710302 199802 2 001

**HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI**

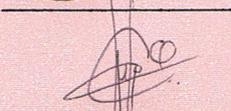
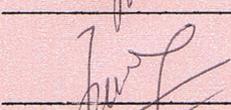
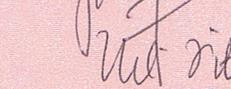
*Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji  
Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*

**PENGARUH KINERJA PERUSAHAAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP  
TINGKAT PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN  
(Studi Empiris pada Perusahaan *High Profile* yang Termasuk Kategori  
LQ45 yang Terdaftar di BEI)**

**NAMA : GINA SEPTIANA**  
**BP / NIM : 2006 / 77730**  
**PROGRAM STUDI : AKUNTANSI**  
**FAKULTAS : EKONOMI**

**Padang, Februari 2011**

**Tim Penguji :**

	<b>Nama</b>	<b>Tanda Tangan</b>
<b>Ketua</b>	<b>: Dr. H. Efrizal Syofyan, SE, M.Si, Ak</b>	
<b>Sekretaris</b>	<b>: Charoline Cheisviyanny, SE, M.Ak</b>	
<b>Anggota</b>	<b>: 1. Lili Anita, SE, M.Si, Ak</b>	
<b>Anggota</b>	<b>: 2. Nelvirita, SE, M.Si, Ak</b>	

## ABSTRAK

**Gina Septiana, 77730/2006, Pengaruh Kinerja Perusahaan dan Ukuran Perusahaan terhadap Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan *High Profile* yang Termasuk Kategori LQ 45 yang Terdaftar di BEI).**

**Pembimbing : I. Dr. H. Efrizal Syofyan, SE, M.Si, Ak  
: II. Charoline Cheisviyanny, SE, M.Ak**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh : (1) Kinerja Perusahaan terhadap Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. (2) Ukuran Perusahaan terhadap Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.

Jenis penelitian ini digolongkan kepada penelitian kausatif. Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan *high profile* yang termasuk LQ 45 yang terdaftar di BEI pada tahun 2007- 2009. Sampel ditentukan berdasarkan metode *purposive sampling*, sebanyak 33 perusahaan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa laporan tahunan yang diterbitkan PT. BEI selama tiga tahun. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Kinerja perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan  $t_{hitung} 2,173 > t_{tabel} 1,661$ . Dengan tingkat signifikansi  $0,032 < \alpha 0,05$  sehingga  $H_1$  diterima. (2) Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan  $t_{hitung} 2,414 > t_{tabel} 1,661$  dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,018 < \alpha 0,05$  sehingga  $H_2$  diterima.

Penelitian ini menyarankan agar perusahaan emiten lebih transparan dalam pengungkapan tanggung jawab sosialnya pada *Annual Report*. Bagi investor yang membutuhkan informasi dari laporan keuangan maupun non keuangan perusahaan sebaiknya investor harus memperhatikan faktor-faktor penting lainnya yang dapat mempengaruhi perusahaan melakukan tanggung jawab sosial perusahaan. Bagi peneliti lain yang tertarik untuk meneliti judul yang sama maka peneliti menyarankan agar dapat menambahkan variabel lain terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan YME atas rahmat dan karuniaNya, penulis dapat menyelesaikan pembuatan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kinerja Perusahaan dan Ukuran Perusahaan terhadap Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan”**. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Negeri Padang.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Bapak Dr. H. Efrizal Syofyan, SE, Msi, Ak selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Charoline Cheisviyanny, SE, M.Ak selaku Dosen Pembimbing II atas segala bimbingan dan dorongan yang berarti selama penyelesaian skripsi ini. Selain itu penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendorong penulis untuk menyelesaikan studi dan skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sama kepada:

1. Dekan dan Pembantu Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang atas fasilitas dan petunjuk dalam menyelesaikan skripsi ini
2. Ketua dan Sekretaris program studi Akuntansi atas motivasi yang diberikan dalam menyelesaikan skripsi ini
3. Direktur eksekutif beserta jajaran staf PT. Bursa Efek Indonesia (BEI) Padang, atas fasilitas dan bantuan lainnya dalam penyelesaian skripsi ini
4. Bapak dan Ibu dosen staf pengajar serta staf pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

5. Kedua orang tua dan seluruh keluarga penulis yang telah memberikan kasih sayang, dukungan moril dan materil serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan skripsi ini
6. Rekan-rekan seperjuangan mahasiswa angkatan 2006 khususnya Akuntansi atas saran, bantuan, motivasi dan informasi yang diberikan
7. Serta semua pihak yang telah membantu dalam proses perkuliahan yang tidak dapat disebutkan satu persatu

Penulis menyadari skripsi ini jauh dari sempurna, karenanya penulis mohon saran dan kritiknya demi perbaikan skripsi ini.

Demikianlah skripsi ini penulis susun, semoga skripsi ini bermanfaat bagi yang membaca. Akhir kata penulis mohon maaf atas segala kesalahan.

Padang, Januari 2011

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	viii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	ix
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Pembatasan Masalah.....	9
D. Perumusan Masalah .....	9
E. Tujuan Penelitian .....	10
F. Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II. KAJIAN TEORI</b>	
A. Kajian Teori	
1. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.....	12
2. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.....	20
3. Kinerja Perusahaan.....	29
4. Ukuran Perusahaan.....	33
5. Penelitian yang Relevan.....	35
B. Kerangka Konseptual.....	36

C. Hipotesis.....	38
-------------------	----

### **BAB III. METODOLOGI PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian .....	39
B. Populasi dan Sampel.....	39
C. Jenis dan Sumber Data.....	41
D. Variabel Penelitian.....	41
E. Pengukuran Variabel.....	42
F. Uji Asumsi Klasik.....	43
G. Teknik Analisis Data .....	45
H. Definisi Operasional.....	47

### **BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian.....	49
B. Deskriptif Variabel Penelitian	
1. Analisis Deskriptif .....	51
2. Statistik Deskriptif .....	58
3. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	59
4. Pengujian Model Penelitian .....	63
5. Pengujian Hipotesis.....	65
C. Pembahasan.....	67

### **BAB V. PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	71
B. Keterbatasan.....	71
C. Saran .....	72

DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN.....	77

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Konseptual .....	38
-------------------------------------	----

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Identifikasi Sampel.....	40
Tabel 2.	Data Sampel Perusahaan .....	40
Tabel 3.	Penghitungan Indeks Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.....	52
Tabel 4.	Indeks Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.....	54
Tabel 5.	Kinerja Perusahaan Berdasarkan Nilai ROE.....	56
Tabel 6.	Total Aktiva Perusahaan Sampel .....	57
Tabel 7.	Statistik Deskriptif .....	59
Tabel 8.	Uji Normalitas Residual .....	60
Tabel 9.	Uji Multikolinearitas .....	61
Tabel 10.	Uji Heterokedastisitas .....	62
Tabel 11.	Uji Autokorelasi .....	62
Tabel 12.	Koefisien Regresi Berganda.....	63
Tabel 13.	Uji Koefisien Determinasi.....	65
Tabel 14.	Uji F Statistik .....	65

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	ROE Perusahaan .....	77
Lampiran 2.	Total Aktiva Perusahaan .....	78
Lampiran 3.	a. Statistik Deskriptif.....	79
	b. Uji Asumsi Klasik .....	79
	c. Pengujian Model Penelitian .....	80
Lampiran 4.	Daftar <i>Check List</i> Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.....	82

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Informasi merupakan kebutuhan yang mendasar bagi para investor dan calon investor untuk pengambilan keputusan. Adanya informasi yang lengkap, akurat serta tepat waktu memungkinkan investor untuk melakukan pengambilan keputusan secara rasional sehingga hasil yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan.

Tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang semakin bagus (*good corporate governance*) semakin memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya. Perusahaan sebagai lembaga usaha tidak lepas dengan masalah-masalah sosial yang berkaitan dengan masalah kesejahteraan pegawai, pengelolaan lingkungan terutama di sekitar pabrik, pemantauan produksi dan masalah dengan masyarakat sekitar perusahaan. Masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauhmana perusahaan sudah melaksanakan aktivitas sosialnya. Sehingga hak masyarakat untuk hidup aman dan tenteram, kesejahteraan karyawan, dan keamanan mengkonsumsi makanan dapat terpenuhi (Anggraini, 2006).

Menurut Gray dkk. (1995) dalam Sembiring (2005), tumbuhnya kesadaran publik akan peran perusahaan di tengah masyarakat melahirkan kritik dan kekhawatiran karena menciptakan masalah sosial, polusi, sumber daya, limbah,

mutu produk, tingkat *safety* produk, serta hak dan status tenaga kerja. Tekanan dari berbagai pihak memaksa perusahaan untuk menerima tanggung jawab atas dampak aktivitas bisnisnya terhadap masyarakat.

Dewasa ini menghadapi dampak globalisasi, kemajuan teknologi informasi dan keterbukaan pasar, perusahaan harus secara serius dan terbuka memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility* atau CSR). Tanggung jawab sosial perusahaan adalah bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan melalui berbagai kegiatan yang dilakukan dalam rangka penjagaan lingkungan, norma masyarakat, partisipasi pembangunan, serta berbagai bentuk tanggung jawab sosial lainnya. Jadi, pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan bentuk pengungkapan informasi tanggung jawab sosial berupa aktivitas-aktivitas sosial yang dicantumkan dalam laporan keuangan tahunan perusahaan (Ramliya, 2009).

Pengungkapan tanggung jawab sosial cenderung dilakukan oleh perusahaan *high-profile*, yaitu perusahaan yang memiliki sensitivitas tinggi/perusahaan yang memperoleh sorotan dari masyarakat karena aktivitas operasinya memiliki potensi untuk bersinggungan dengan kepentingan luas. Hal ini berarti bahwa industri yang *high-profile* yaitu industri yang memiliki visibilitas konsumen, resiko politis yang tinggi, atau menghadapi persaingan yang tinggi cenderung mengungkapkan informasi sosial yang lebih banyak dibandingkan industri yang *low-profile* (Hackstone and Milne dalam Utomo, 2000). Masyarakat umumnya lebih sensitif terhadap tipe industri ini karena kelalaian perusahaan

dalam pengamanan proses produksi dan hasil produksi dapat membawa akibat yang fatal bagi masyarakat.

Sebaliknya perusahaan *low-profile* adalah perusahaan yang tidak terlalu memperoleh sorotan luas dari masyarakat saat operasi yang mereka lakukan mengalami kegagalan atau kesalahan pada aspek tertentu dalam proses atau hasil produksinya (Hackstone dan Milne, dalam Utomo, 2000). Jika dibandingkan dengan perusahaan *high-profile*, perusahaan *low-profile* lebih ditoleransi oleh masyarakat luas di saat perusahaan melakukan kesalahan.

Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan sangat penting. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial adalah kinerja perusahaan (Widjaja dan Pratama, 2008), komitmen perusahaan, ukuran dan kematangan perusahaan, serta regulasi dan sistem perpajakan (Wibisono, 2007).

Keberhasilan sebuah perusahaan dalam mencapai tujuannya dan memenuhi kebutuhan masyarakat sangat bergantung dari kinerja perusahaan dan manajer perusahaan di dalam pelaksanaan tanggungjawabnya. Kinerja perusahaan hendaknya merupakan hasil yang dapat diukur dan menggambarkan kondisi empirik suatu perusahaan dari berbagai ukuran yang disepakati.

Informasi mengenai aktivitas atau kinerja perusahaan merupakan suatu hal yang sangat berharga bagi *stakeholder* khususnya investor. Pengungkapan informasi mengenai hal tersebut merupakan kebutuhan bagi *stakeholder*. Perusahaan yang memiliki kinerja perusahaan yang baik merupakan *good news* bagi investor dan calon investor. Perusahaan yang memiliki *good news* yang lebih

cenderung akan meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunannya. Semakin baik kinerja suatu perusahaan maka semakin banyak pula perusahaan tersebut melakukan kegiatan-kegiatan sosialnya yang bertujuan untuk mensejahterakan karyawan, masyarakat serta segala pihak yang berhubungan dengan perusahaan. Kegiatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan itu, kemudian dilaporkan dalam laporan pertanggungjawaban sosial atau *corporate social responsibility* (Widjaja dan Pratama, 2008).

Gray et.al. (1995) dalam Cahya (2010) menyatakan bahwa kinerja perusahaan merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat kinerja perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *Return On Equity* (ROE) untuk mengukur kinerja perusahaan, karena untuk menilai seberapa besar tingkat pengembalian (*prosentase*) dari saham sendiri yang ditanamkan dalam bisnis, semakin besar semakin bagus.

Ukuran perusahaan merupakan variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan yang dibuat. 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 dalam Sulastini, 2007). 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.

Di samping itu, perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang berukuran lebih kecil. Alasan lain adalah perusahaan besar dan memiliki biaya keagenan yang lebih besar tentu akan mengungkapkan informasi yang lebih luas hal ini dilakukan untuk mengurangi biaya keagenan yang dikeluarkan. Lebih banyak pemegang saham, berarti memerlukan lebih banyak juga pengungkapan, hal ini dikarenakan tuntutan dari para pemegang saham dan para analis pasar modal (Gunawan dalam Sembiring, 2005).

Cowen *et.al* (1987) dalam Sembiring (2003) menyatakan bahwa perusahaan yang lebih besar mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan dalam laporan tahunan, yang merupakan media untuk menyebarkan informasi tentang tanggung jawab sosial keuangan perusahaan. Dalam penelitian ini digunakan total aktiva sebagai alat ukur suatu perusahaan, karena nilai total aktiva yang disajikan secara historis dianggap lebih stabil dan lebih dapat mencerminkan ukuran perusahaan.

Pengakomodasian unsur tanggung jawab sosial belum dijalankan oleh perusahaan dengan baik dan wajar dalam proses penilaian dampak sosial maupun dalam pelaporan. Ini dibuktikan dengan begitu banyak timbul konflik dan masalah pada industrial seperti demonstrasi dan protes yang menyiratkan ketidakpuasan.

Berbagai elemen masyarakat di sekitar lokasi pabrik merasa terganggu akibat limbah atau polusi yang timbul sehingga memberi dampak negatif terhadap lingkungan. Para buruh juga kerap kali melakukan demo dan mogok kerja akibat kebijakan upah dan pemberian fasilitas kesejahteraan yang diterapkan perusahaan tidak mencerminkan rasa keadilan. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat mengelola dampak sosial yang timbul sebagai tanggung jawab sosial.

Di Indonesia beberapa perusahaan besar telah melakukan aktivitas yang berbasis sosial seperti PT. Unilever Indonesia, Tbk, PT. Telkom (Susanto, 2007 dalam Pebrinaldi, 2008) serta PT. Djarum Kudus melalui program CSR penghijauan dan peduli lingkungan atau PT. HM Sampoerna, Tbk yang mencitrakan dirinya sebagai perusahaan rokok yang menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan melalui kepedulian pada pendidikan. Hasilnya diharapkan nilai perusahaan akan mengalami peningkatan atau dengan kata lain tujuan *finansial* perusahaan akan tercapai.

Namun ukuran perusahaan tidak dapat dijadikan patokan pelaksanaan tanggung jawab sosial tersebut. Beberapa perusahaan besar dinilai kurang bertanggung jawab terhadap dampak sosial dari operasionalnya. Seperti yang dilakukan oleh PT. Aneka Tambang (ANTAM) yang melakukan kegiatan eksploitasi di Gunung Pongkor dan menyebabkan terjadinya pencemaran limbah kimia di Sungai Cikaniki. Padahal PT. ANTAM masuk dalam kategori hijau Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan (proper) yang dilakukan oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) tahun 2008 (Wijatnika, 2010).

Penelitian mengenai pengaruh kinerja perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan juga dilakukan oleh Eviriana (2009) yang melakukan studi empiris pada perusahaan *high-profile* yang termasuk kategori LQ 45 tahun 2007 menemukan bahwa kinerja perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Murwaningsari (2009) menemukan bahwa kinerja perusahaan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial. Penelitian ini berkontradiksi dengan penelitian yang dilakukan oleh Relita (2007), menemukan bahwa kinerja perusahaan tidak menghasilkan pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Penelitian mengenai ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menunjukkan hasil yang beragam. Anggraini (2006) melakukan penelitian pada 1188 sampel perusahaan yang tercatat di BEJ tahun 2000-2004, tidak berhasil menemukan hubungan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini berkontradiksi dengan penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2003), menemukan bahwa ukuran perusahaan yang diukur dengan *log of net sales* berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sama halnya dengan hasil penelitian Pebrinaldi (2008) yang melakukan penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan terdaftar di BEI, menemukan terdapat hubungan antara ukuran perusahaan dengan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Perusahaan yang termasuk dalam tipe industri *high profile* menurut Hackstone and Milne dalam Utomo (2000) adalah perusahaan yang mempunyai tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap lingkungan, tingkat resiko politik yang tinggi dan tingkat kompetensi yang keras. Sedangkan LQ 45 adalah perusahaan *high profile* yang memiliki tingkat likuiditas tertinggi dibanding dengan perusahaan *high profile* lainnya. Disamping itu perusahaan LQ 45 termasuk perusahaan besar yang lebih banyak disoroti oleh media massa dan masyarakat karena aktivitas operasinya memiliki potensi untuk bersinggungan dengan kepentingan luas.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Eviriana (2009). Adapun bedanya dari penelitian sebelumnya adalah di dalam penggunaan variabel independen. Pada penelitian sebelumnya menggunakan variabel independen yaitu pengaruh kinerja perusahaan dan komitmen sosial perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan pada penelitian ini meneliti tentang kinerja perusahaan dan ukuran perusahaan. Selain itu, tahun penelitiannya juga berbeda dimana pada penelitian sebelumnya hanya pada tahun 2007 sedangkan penelitian ini pada tahun 2007-2009. Variabel yang lain didapat dengan menggunakan variabel yang ada pada penelitian-penelitian terdahulu.

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kinerja Perusahaan dan Ukuran Perusahaan terhadap Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan** (Studi Empiris pada Perusahaan *High Profile* yang termasuk kategori LQ 45 yang terdaftar di BEI)”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Dari uraian latar belakang yang telah dijelaskan oleh penulis sebelumnya maka dapat diidentifikasi masalah yang akan dibahas pada penelitian ini, yaitu:

1. Sejujukanmanakah kinerja perusahaan berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
2. Sejujukanmanakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
3. Sejujukanmanakah kematangan perusahaan berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
4. Sejujukanmanakah komitmen pimpinan perusahaan berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
5. Sejujukanmanakah regulasi dan sistem perpajakan berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?

## **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka dalam penelitian ini penulis membatasi pembahasan pada kinerja perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

## **D. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan pembatasan di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Seauhmana pengaruh kinerja perusahaan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
2. Seauhmana pengaruh ukuran perusahaan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kinerja perusahaan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi peneliti

Berguna untuk memperdalam pengetahuan mengenai pengaruh kinerja perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan serta membandingkan teori-teori yang terdapat di bangku kuliah dengan praktek yang ada.

2. Bagi akademisi

Dapat menambah bahan referensi bagi pihak-pihak yang akan melakukan penelitian lebih lanjut.

3. Bagi perusahaan

Dapat memberikan manfaat bagi praktisi agar dapat meningkatkan kesadaran perusahaan akan pentingnya melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan serta menjaga kelestarian lingkungan hidup, masyarakat, karyawan dalam kegiatan-kegiatan yang dilakukan dengan mengungkapkannya dalam laporan tahunan.

## BAB II

### KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN HIPOTESIS

#### A. Kajian Teori

##### 1. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

###### a. Pengertian Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Hendriksen (1991) dalam Zuhroh dan Sukmawati (2003) mendefinisikan pengungkapan (*disclosure*) sebagai penyajian sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal yang efisien. Pengungkapan ada yang bersifat wajib (*mandatory*) yaitu pengungkapan informasi wajib dilakukan oleh perusahaan yang didasarkan pada peraturan atau standar tertentu, dan ada yang bersifat sukarela (*voluntary*) yang merupakan pengungkapan informasi melebihi persyaratan minimum dari peraturan yang berlaku. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan keuangan adalah pengungkapan yang bersifat wajib. Hal ini terdapat dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

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. Hal tersebut memperluas tanggung jawab organisasi (khususnya perusahaan), di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal,

khususnya pemegang saham. Perluasan tersebut dibuat dengan asumsi bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham (Gray et.al., 1987).

Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) secara implisit menjelaskan bahwa laporan tahunan juga harus dapat mengakomodasi kepentingan para pengambil keputusan. Laporan tahunan yang diterbitkan oleh perusahaan dapat digunakan sebagai salah satu media untuk mengungkapkan aktivitas sosialnya. PSAK No.1 th 2007 paragraf 9 menyatakan bahwa:

Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tahunan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting.

Pernyataan yang sama juga terdapat dalam tujuan laporan keuangan No.12 dalam *Trueblood Report*, yaitu:

Tujuan laporan keuangan adalah untuk melaporkan aktivitas-aktivitas perusahaan yang mempengaruhi komunitas yang mana dapat ditentukan dan dijelaskan atau diukur dan penting bagi perusahaan dalam lingkungan sosialnya. (Belkaoui, 2000:132)

Tujuan laporan keuangan diatas menuntut fungsi pelaporan tidak hanya mengamankan asset perusahaan tetapi juga mengamankan kesejahteraan sosial. Di sini, disamping juga untuk pengambilan keputusan laporan keuangan juga harus dapat dijadikan sebagai alat menilai pertanggungjawaban manajemen (*accountability*) dalam mengelola sumber daya yang dipercayakan kepadanya.

Menurut Lako (2010) berkenaan dengan pelaporan dan pengungkapan informasi CSR, perusahaan bisa menggunakan beberapa media pelaporan berikut:

- 1) Melalui media pelaporan keuangan wajib perusahaan (*financial reporting*). Meski belum ada standar akuntansi yang mengaturnya namun perusahaan bisa menyajikan informasi CSR dalam laporan keuangan dengan menggunakan penalaran logis dari prinsip-prinsip akuntansi berterima umum (PABU).
- 2) Perusahaan bisa menggunakan media laporan tahunan (*annual report*) direksi kepada pemegang saham.
- 3) Apabila dirasakan belum memadai untuk mengungkapkan informasi CSR melalui media pelaporan keuangan dan laporan tahunan direksi, perusahaan dapat membuat media pelaporan tersendiri yang disebut *social and environment reporting*.

Sejumlah perusahaan secara sukarela dan rutin menyusun dan menyajikan informasi tentang program-program, pengorbanan sumber-sumber ekonomik aktivitas dan kinerja CSR dalam media pelaporan tersendiri untuk disajikan kepada para stakeholder. Ada yang menyebut sebagai *green reporting*, *sustainability reporting*, *triple bottom line reporting*, *social performance reporting* dan lainnya.

Menurut Gray *et. al.*, (1995b) dalam Sembiring (2005) ada dua pendekatan yang secara signifikan berbeda dalam melakukan penelitian tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pertama, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mungkin diperlakukan sebagai suatu suplemen dari aktivitas akuntansi konvensional. Pendekatan ini secara umum akan menganggap masyarakat keuangan sebagai pemakai utama pengungkapan

tanggung jawab sosial perusahaan dan cenderung membatasi persepsi tentang tanggung jawab sosial yang dilaporkan.

Pendekatan alternatif kedua dengan meletakkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada suatu pengujian peran informasi dalam hubungan masyarakat dan organisasi. Pandangan yang lebih luas ini telah menjadi sumber utama kemajuan dalam pemahaman tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan sekaligus merupakan sumber kritik yang utama terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Tujuan pengungkapan menurut *Securities Exchange Commission* (SEC) dikategorikan menjadi dua yaitu:

- 1) *Protective Disclosure* yang dimaksudkan sebagai upaya perlindungan terhadap investor, dan
- 2) *Informative Disclosure* yang bertujuan memberikan informasi yang layak kepada pengguna laporan (Wolk, Francis, dan Tearney dalam Utomo, 2000).

#### **b. Tema Pengungkapan Sosial**

Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Darwin, 2004 dalam Anggraini, 2006). Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan

mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). *Sustainability Reporting* meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi (ACCA, 2004 dalam Anggraini, 2006). *Sustainability report* harus menjadi dokumen strategik yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *Sustainability Development* yang membawanya menuju kepada *core business* dan sektor industrinya.

Darwin (2004) dalam Anggraini (2006) mengatakan bahwa *Corporate Sustainability Reporting* terbagi menjadi 3 kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial. Sedangkan Zhegal & Ahmed (1990) dalam Anggraini (2006) mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan sosial perusahaan, yaitu sebagai berikut :

1. Lingkungan, meliputi pengendalian terhadap polusi, pencegahan atau perbaikan terhadap kerusakan lingkungan, konservasi alam, dan pengungkapan lain yang berkaitan dengan lingkungan.
2. Energi, meliputi konservasi energi, efisiensi energi, dll.
3. Praktik bisnis yang wajar, meliputi, pemberdayaan terhadap minoritas dan perempuan, dukungan terhadap usaha minoritas, tanggung jawab sosial.
4. Sumber daya manusia, meliputi aktivitas di dalam suatu komunitas, dalam kaitan dengan pelayanan kesehatan, pendidikan dan seni.
5. Produk, meliputi keamanan, pengurangan polusi, dll.

Estes (1976:19-22) dalam Nurdin dan Cahyandito (2006) menyebutkan empat tema sosial dan lingkungan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial, yaitu: tema keterlibatan masyarakat, tema sumber daya manusia, tema lingkungan dan sumber daya fisik, serta tema produk atau jasa.

Zuhroh dan Sukmawati (2003) menyebutkan tema-tema yang termasuk dalam wacana Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial adalah:

a. Kemasyarakatan

Tema ini mencakup aktivitas kemasyarakatan yang diikuti oleh perusahaan, misalnya aktivitas yang terkait dengan kesehatan, pendidikan dan seni, serta pengungkapan aktivitas kemasyarakatan lainnya.

b. Ketenagakerjaan

Tema ini meliputi dampak aktivitas perusahaan pada orang-orang dalam perusahaan tersebut. Aktivitas tersebut meliputi: rekrutmen, program pelatihan, gaji dan tunjangan, mutasi dan promosi dan lainnya.

c. Produk dan Konsumen

Tema ini melibatkan aspek kualitatif suatu produk atau jasa, antara lain kegunaan, durability, pelayanan, kepuasan pelanggan, kejujuran dalam iklan, kejelasan/kelengkapan isi pada kemasan, dan lainnya.

d. Lingkungan Hidup

Tema ini meliputi aspek lingkungan dari proses produksi, yang meliputi pengendalian polusi dalam menjalankan operasi bisnis, pencegahan dan perbaikan kerusakan lingkungan akibat pemrosesan sumber daya alam dan konversi sumber daya alam.

### **c. Perhitungan Indeks Pengungkapan Sosial**

Untuk mengetahui apakah informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan diungkapkan dengan benar dan memadai sehingga mencerminkan hasil operasi perusahaan, maka perlu dilakukan pengukuran terhadap indeks pengungkapan perusahaan-perusahaan publik. Indeks pengungkapan yang diukur merupakan persentase/tingkat pengungkapan informasi baik informasi keuangan maupun informasi non keuangan perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Pasar Modal dalam memenuhi peraturan pengungkapan yang telah ditetapkan oleh BAPEPAM dan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan yang dikeluarkan oleh Ikatan Akuntansi Indonesia. Semakin tinggi tingkat pengungkapan yang dipatuhi maka semakin tinggi harapan terhadap laporan tahunan dalam memberikan informasi yang benar dan memadai.

Pengukuran yang biasa dilakukan untuk mengetahui kelengkapan informasi yang disajikan oleh perusahaan dalam laporannya adalah dengan melakukan *checklist*. *Checklist* merupakan kumpulan item pengungkapan yang diminta oleh suatu peraturan dan/atau standar (SAK) pengungkapan tersebut. *Checklist* disusun dalam bentuk daftar item pengungkapan, yang masing-masing

item disediakan tempat jawaban mengenai status pengungkapannya pada laporan keuangan bersangkutan (Zuhroh dan Sukmawati, 2003).

Pengungkapan tanggung jawab sosial diukur dengan proksi CSRDI (*corporate social responsibility disclosure index*). Instrumen pengukuran CSRDI yang akan digunakan dalam penelitian ini mengacu pada instrumen yang digunakan oleh Sembiring (2005), yang mengelompokkan informasi CSR ke dalam kategori: Lingkungan, Energi, Tenaga Kerja, Produk, Keterlibatan Masyarakat, dan Umum. Total *item* CSR berkisar antara 63 sampai dengan 78, tergantung dari jenis industri perusahaan.

Pendekatan untuk menghitung CSRDI pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap *item* CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan (Haniffa et al, 2005). Selanjutnya, skor dari setiap *item* dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Rumus perhitungan CSRDI adalah sebagai berikut: (Haniffa et al, 2005)

$$CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

CSRDI<sub>j</sub> : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j  
 n<sub>j</sub> : jumlah *item* untuk perusahaan j, n<sub>j</sub> ≤ 78  
 X<sub>ij</sub> : *dummy variable*: 1= jika *item* i diungkapkan; 0 = jika *item* i tidak diungkapkan

Dengan demikian,  $0 \leq CSRDI_j \leq 1$

## **2. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

### **a. Konsep Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* mulai timbul pada abad ke-20. Tanggung Jawab Sosial adalah bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan eksternal perusahaan melalui berbagai kegiatan yang dilakukan dalam rangka penjagaan lingkungan, norma masyarakat, partisipasi pembangunan, serta berbagai bentuk tanggung jawab sosial lainnya.

Tidak ada definisi yang baku mengenai apa yang dimaksud dengan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*). *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) mendefinisikan CSR sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.

Jonathan Sofian Lusa (2007) dalam (Susiloadi, 2008) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan dapat didefinisikan secara sederhana sebagai suatu konsep yang mewajibkan perusahaan untuk memenuhi dan memperhatikan kepentingan para *stakeholder* dalam kegiatan operasinya mencari keuntungan.

Menurut UU No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, tanggung jawab sosial perusahaan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan

lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Sedangkan dalam pengertian luas, tanggung jawab sosial merupakan konsep yang lebih “manusiawi”, dimana suatu organisasi dipandang sebagai agen moral. Oleh karena itu, dengan atau tanpa aturan hukum, sebuah organisasi termasuk di dalamnya organisasi bisnis, wajib menjunjung tinggi moralitas. Dengan demikian, walaupun tidak ada aturan hukum atau etika masyarakat yang mengatur, tanggung jawab sosial bisa dilaksanakan dalam berbagai situasi dengan mempertimbangkan hasil terbaik atau yang paling sedikit merugikan stakeholder-nya. Tindakan tepat yang dilakukan oleh perusahaan akan memberikan manfaat bagi masyarakat (Mirfazli dan Nurdiono, 2007).

Dauman dan Hargreaves dalam (Sulastini, 2007) menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan dapat dibagi menjadi tiga level sebagai berikut:

1. *Basic Responsibility* (BR)

Pada level pertama, menghubungkan tanggung jawab yang pertama dari suatu perusahaan, yang muncul karena keberadaan perusahaan tersebut seperti; kewajiban membayar pajak, mematuhi hukum, memenuhi standar pekerjaan, dan memuaskan pemegang saham.

2. *Organization Responsibility* (OR)

Pada level kedua ini menunjukkan tanggung jawab perusahaan untuk memenuhi perubahan kebutuhan *stakeholder* seperti pekerja, konsumen, pemegang saham, dan masyarakat sekitarnya.

3. *Societal Responses* (SR)

Pada level ketiga, menunjukkan tahapan ketika interaksi antara bisnis dan kekuatan lain dalam masyarakat yang demikian kuat sehingga perusahaan dapat tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan, terlibat dengan apa yang terjadi dalam lingkungannya secara keseluruhan.

Tanggung jawab perusahaan tidak hanya terbatas pada kinerja keuangan perusahaan, tetapi juga harus bertanggung jawab terhadap masalah sosial yang ditimbulkan oleh aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan.

Menurut Karvei (2004) pakar manajemen dari Universitas Manchester, Inggris, dalam Ardana (2008) banyak cara untuk mempraktikkan CSR. Akan tetapi, ada tiga wilayah yang umumnya ada untuk mempraktekannya:

- a. CSR di tempat kerja, seperti aspek keselamatan kerja, pengembangan skill karyawan, kepemilikan saham
- b. CSR di komunitas, diantaranya seperti memberikan beasiswa, serta sumbangan atau donasi.
- c. CSR terhadap lingkungan, misalnya pelestarian lingkungan serta proses produksi yang ramah lingkungan.

Dengan mengungkapkan kepeduliannya pada lingkungan melalui pelaporan keuangan, maka perusahaan dalam jangka panjang bisa terhindar dari biaya yang sangat besar akibat tuntutan masyarakat. Pengeluaran untuk kepedulian sosial yang diungkapkan ke publik membantu pengendalian tidak langsung atas usaha perusahaan oleh masyarakat.

Diwajibkannya pelaksanaan dan pelaporan tanggung jawab sosial sebagai kewajiban perseroan dalam Undang-Undang No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan

Terbatas (UUPT) telah menimbulkan pro-kontra antara kalangan pelaku usaha dengan DPR dan pemerintah.(Lako, 2008).

P. Robbins (1999) menjelaskan adanya dua pandangan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Pandangan pertama, argumen yang mendukung tanggung jawab sosial:

- 1) Memenuhi ekspektasi publik.
- 2) Untuk mengamankan laba jangka panjang.
- 3) Tanggung jawab sosial merupakan kewajiban etis.
- 4) Untuk menciptakan kesan publik yang baik.
- 5) Untuk membantu menyelesaikan masalah-masalah sosial yang pelik.
- 6) Untuk mengurangi jumlah peraturan pemerintah yang perlu diberlakukan.
- 7) Untuk mengimbangi besarnya kekuasaan yang dimiliki perusahaan.
- 8) Untuk meningkatkan harga saham dalam jangka panjang.
- 9) Karena perusahaan memiliki sumber daya yang dibutuhkan untuk membantu masyarakat dan program-program sosial.
- 10) Untuk mengatasi masalah sosial sebelum masalah tersebut menjadi terlalu sulit dan mahal untuk diselesaikan.

Pandangan kedua, argumen yang menentang perlunya tanggung jawab sosial:

- 1) Karena merupakan pelanggaran terhadap tujuan berupa maksimalisasi profit.

- 2) Karena merupakan dilusi terhadap tujuan utama perusahaan yakni produktivitas ekonomis.
- 3) Mahal.
- 4) Kurangnya keahlian untuk mengatasi masalah sosial.
- 5) Kurangnya akuntabilitas yang dimiliki perusahaan terhadap tindakan sosial.

Masih banyak perusahaan tidak mau menjalankan program-program CSR karena melihat hal tersebut hanya sebagai pengeluaran biaya (*cost center*). Jika dikaji lebih lanjut, CSR memang tidak memberikan hasil keuangan dalam jangka pendek. Namun CSR akan memberikan hasil baik langsung maupun tidak langsung pada keuangan perusahaan di masa mendatang. Dengan demikian apabila perusahaan melakukan program-program CSR diharapkan keberlanjutan perusahaan akan terjamin dengan baik. Oleh karena itu, program-program CSR lebih tepat apabila digolongkan sebagai investasi dan harus menjadi strategi bisnis dari suatu perusahaan.

Menurut Zuhroh (2006) terdapat tiga strategi pengembangan tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu:

1. Strategi Adaptif

Penerapan tanggung jawab sosial dengan strategi adaptif artinya perusahaan baru merespon atau melakukan tanggung jawab sosialnya jika suatu peristiwa sudah terjadi atau mendapat tekanan dari masyarakat.

2. Strategi Proaktif

Strategi ini dilakukan jika pimpinan perusahaan melakukan langkah terhadap perubahan lingkungan dengan upaya mendekati ‘penguasa’ sebagai pihak yang dianggap mempunyai kekuasaan dalam menciptakan suatu kondisi lingkungan tertentu melalui peraturan yang dibuat untuk menjaga kepentingan perusahaan.

### 3. Strategi Interaktif

Strategi interaktif, dimana perusahaan senantiasa melakukan antisipasi dan mengkaitkan tujuan perusahaan dengan kepentingan publik.

#### **b. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) dan Triple Bottom Line**

Dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal yang disebut dengan *Triple Bottom Line* (TBL) atau tiga faktor utama operasi perusahaan yaitu

##### *1. Profit*

Perusahaan harus memiliki tingkat profitabilitas yang memadai sebab laba merupakan fondasi bagi perusahaan untuk dapat berkembang dan mempertahankan eksistensinya. Dengan perolehan laba yang memadai, perusahaan dapat membagi dividen kepada pemegang saham, memberi imbalan yang layak kepada karyawan, mengalokasikan sebagian laba yang diperoleh untuk pertumbuhan dan pengembangan usaha di masa depan, membayar pajak kepada pemerintah, dan memberikan multiplier effect yang diharapkan kepada masyarakat.

##### *2. People*

Dengan memperhatikan masyarakat, perusahaan dapat berkontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat. Perhatian terhadap masyarakat dapat dilakukan dengan cara perusahaan melakukan aktivitas-aktivitas serta pembuatan kebijakan-kebijakan yang dapat meningkatkan kesejahteraan, kualitas hidup dan kompetensi masyarakat diberbagai bidang.

### 3. *Planet*

Dengan memperhatikan lingkungan, perusahaan dapat ikut berpartisipasi dalam usaha pelestarian lingkungan demi terpeliharanya kualitas hidup umat manusia dalam jangka panjang. Berupa penghijauan lingkungan hidup, penyediaan sarana air bersih, perbaikan permukiman, dan pengembangan pariwisata.

Dengan menjalankan tanggung jawab sosial, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar laba jangka pendek, tetapi juga ikut berkontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan (terutama lingkungan sekitar) dalam jangka panjang (Susiloadi, 2008).

TBL digunakan sebagai kerangka atau formula untuk mengukur dan melaporkan kinerja perusahaan mencakup parameter-parameter ekonomi, sosial dan lingkungan dengan memperhatikan kebutuhan *stakeholders* (konsumen, pekerja, mitra bisnis, pemerintah, masyarakat lokal dan masyarakat luas) dan *shareholders*, guna meminimalkan gangguan atau kerusakan pada manusia dan lingkungan dari berbagai aktivitas perusahaan.

### c. Keuntungan Penerapan CSR

Tanggung jawab sosial (CSR) dapat dipandang sebagai aset strategis dan kompetitif bagi perusahaan di tengah iklim bisnis yang makin sarat kompetisi. Menurut Susiloadi (2008) CSR dapat memberi banyak keuntungan yaitu:

- 1) Peningkatan profitabilitas bagi perusahaan dan kinerja finansial yang baik.
- 2) Menurunkan risiko benturan dengan komunitas masyarakat sekitar.
- 3) Mampu meningkatkan reputasi perusahaan yang dapat dipandang sebagai *social marketing* bagi perusahaan tersebut yang juga merupakan bagian dari pembangunan citra perusahaan (*corporate image building*). *Social marketing* akan dapat memberikan manfaat dalam pembentukan *brand image* suatu perusahaan dalam kaitannya dengan kemampuan perusahaan terhadap komitmen yang tinggi terhadap lingkungan selain memiliki produk yang berkualitas tinggi. Hal ini tentu saja akan memberikan dampak positif terhadap volume unit produksi yang terserap pasar yang akhirnya akan mendatangkan keuntungan yang besar terhadap peningkatan laba perusahaan.

Sedangkan menurut Kotler dan Lee (2005) dalam (Lako, 2010) ada enam manfaat bisnis (*business benefits*) yang dapat diperoleh apabila perusahaan melakukan tanggung jawab sosial:

- 1) Meningkatkan pengaruh dan image perusahaan.
- 2) Meningkatkan pangsa pasar dan penjualan perusahaan.
- 3) Memperkuat brand positioning perusahaan.
- 4) Meningkatkan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan, memotivasi dan mempertahankan loyalitas para pekerja.

5) Menurun biaya operasional.

6) Meningkatkan daya tarik investor, kreditor dan analisis keuangan.

Ada sejumlah motif pemicu perusahaan di Indonesia mulai peduli terhadap CSR

- 1) Para pebisnis menghadapi tekanan stakeholder eksternal yang kian menguat agar korporasi Indonesia menginternalisasikan CSR dalam tindakan bisnis dan mengungkapkan kinerjanya dalam pelaporan perusahaan. Tekanan tersebut berasal dari: a). tuntutan pelaku pasar internasional (*market forces*), terutama investor, kreditor, pemasok dan konsumen, agar perusahaan menghasilkan produk-produk atau jasa yang ramah sosial dan lingkungan; b). tekanan dari lembaga-lembaga keuangan nasional dan internasional yang mensyaratkan dimasukkannya isu-isu sosial dan lingkungan dalam perjanjian kontrak hutang/pinjaman; c). tekanan legislatif (DPR) dan pemerintah yang kian responsif terhadap isu-isu sosial dan lingkungan sehingga memunculkan produk-produk hukum (aturan) yang memaksa perusahaan peduli pada isu-isu CSR (Lako, 2008).
- 2) Perusahaan mulai menyadari bahwa dibalik pengorbanan sumberdaya-sumberdaya ekonomik perusahaan untuk melaksanakan program-program CSR yang bisa menguras laba dan mengurangi jumlah dividen yang semestinya diterima pemilik atau pemegang saham, perusahaan bisa meraup manfaat berlipat ganda (*multiplier benefits*) apabila peduli dan melaksanakan CSR secara berkelanjutan (Lako, 2010).

Sejauh yang dapat diketahui ada tiga cara perusahaan memandang CSR (Ardana, 2008) yaitu sebagai berikut:

- 1) Sebagai strategi perusahaan yang pada akhirnya mendatangkan keuntungan.
- 2) Sebagai *compliance* (kewajiban) karena intinya ada hukum yang memaksa untuk menerapkannya.
- 3) Yang melakukan sebagai bagian dari suatu komunitas, yang kesadarannya bukan karena untuk kepentingan komestik atau PR, melainkan secara sadar karena dianggap sebagai sesuatu yang penting.

### **3. Kinerja Perusahaan**

#### **a. Definisi Kinerja Perusahaan**

Kinerja perusahaan adalah prestasi yang dicapai oleh perusahaan dalam periode tertentu yang diukur dengan laba dan komponen-komponennya. Penilaian kinerja keuangan merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pihak manajemen agar dapat memenuhi kewajibannya terhadap para penyandang dana dan juga untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Menurut Sucipto (2003) informasi akuntansi sangat bermanfaat untuk menilai pertanggungjawaban kinerja manajer. Karena penilaian kinerja pada dasarnya merupakan penilaian perilaku manusia dalam melaksanakan peran yang dimainkannya dalam mencapai tujuan organisasi atau perusahaan. Kemungkinan yang lain adalah digunakannya informasi akuntansi bersamaan dengan informasi non akuntansi untuk menilai kinerja manajer atau pimpinan perusahaan.

Sedangkan menurut Rivai (2005) kinerja adalah hasil atau tingkat keberhasilan seseorang secara keseluruhan selama periode tertentu didalam melaksanakan tugas dibandingkan dengan berbagai kemungkinan, seperti standar hasil kerja, target atau sasaran yang telah disepakati bersama.

### **b. Penilaian Kinerja**

Penilaian kinerja hendaknya merupakan hasil yang dapat diukur dan menggambarkan kondisi empirik suatu perusahaan dari berbagai ukuran yang disepakati. Untuk mengetahui kinerja yang dicapai maka dilakukan penilaian kinerja.

Penilaian kinerja menurut Mulyadi (1997) adalah penentuan secara periodik efektifitas operasional suatu organisasi, bagian organisasi dan karyawannya berdasarkan sasaran, standar dan kriteria yang ditetapkan sebelumnya. Karena organisasi pada dasarnya dijalankan oleh manusia maka penilaian kinerja sesungguhnya merupakan penilaian atas perilaku manusia dalam melaksanakan peran yang mereka mainkan dalam organisasi.

Sedangkan tujuan penilaian kinerja menurut Mulyadi (1997) adalah:

“ Untuk memotivasi karyawan dalam mencapai sasaran organisasi dan dalam mematuhi standar perilaku yang telah ditetapkan sebelumnya agar membuahkan tindakan dan hasil yang diinginkan. Standar perilaku dapat berupa kebijakan manajemen atau rencana formal yang dituangkan dalam anggaran.”

Penilaian kinerja dilakukan untuk menekan perilaku yang tidak semestinya dan untuk merangsang dan menegakkan perilaku yang semestinya diinginkan melalui umpan balik hasil kerja dan waktu serta penghargaan baik yang bersifat instrinsik maupun ekstrinsik.

Penilaian kinerja dimanfaatkan oleh manajemen untuk hal-hal sebagai berikut:

- 1) Mengelola operasi organisasi secara efektif dan efisien melalui pemotivasian karyawan secara maksimum.
- 2) Membantu pengambilan keputusan yang bersangkutan dengan karyawan seperti promosi, transfer dan pemberhentian.
- 3) Mengidentifikasi kebutuhan pelatihan dan pengembangan karyawan dan untuk menyediakan kriteria seleksi dan evaluasi program pelatihan karyawan.
- 4) Menyediakan umpan balik bagi karyawan mengenai bagaimana atasan mereka menilai kinerja mereka.
- 5) Menyediakan suatu dasar bagi distribusi penghargaan.

Tujuan penilaian kinerja adalah untuk memotivasi personel mencapai sasaran organisasi dan mematuhi standar perilaku yang telah ditetapkan sebelumnya, agar membuahkan tindakan dan hasil yang diinginkan oleh organisasi (Umar, 2005). Standar perilaku dapat berupa kebijakan manajemen atau rencana formal yang dituangkan dalam rencana strategik, program dan anggaran organisasi.

Penilaian kinerja oleh *stakeholder* digunakan sebagai salah satu dasar pengambilan keputusan yang berhubungan dengan kepentingan mereka terhadap perusahaan. Kepentingan terhadap perusahaan tersebut berkaitan erat dengan harapan kesejahteraan yang mereka peroleh.

### c. Metode Pengukuran Kinerja Perusahaan

Salah satu faktor penting dalam menjamin keberhasilan implementasi strategis perusahaan adalah pengukuran kinerja. Menurut Larry D Stout (dalam Bastian, 2006) pengukuran kinerja adalah “Proses mencatat dan mengukur pencapaian pelaksanaan kegiatan dalam arah pencapaian misi (*mission accomplishment*) melalui hasil-hasil yang ditampilkan berupa produk, jasa ataupun suatu proses”.

Pengukuran kinerja merupakan salah satu faktor yang sangat penting bagi perusahaan, karena pengukuran tersebut digunakan sebagai dasar untuk menyusun sistem imbalan dalam perusahaan, yang dapat mempengaruhi perilaku pengambilan keputusan dalam perusahaan.

Kinerja sebuah perusahaan lebih banyak diukur berdasarkan rasio-rasio keuangan selama satu periode tertentu. Pengukuran berdasarkan rasio keuangan ini sangatlah bergantung pada metode atau perlakuan akuntansi yang digunakan dalam menyusun laporan keuangan perusahaan. Sehingga seringkali kinerja perusahaan terlihat baik dan meningkat, padahal sebenarnya kinerja tersebut tidak mengalami peningkatan bahkan menurun.

Kinerja perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan *Return on Equity* (ROE). *Return on Equity* (ROE) menunjukkan berapa persen diperolehnya laba bersih bila diukur dari modal pemilik, semakin besar semakin bagus.

Rasio ini memperlihatkan sejauhmana perusahaan mengelola modal sendiri secara efektif. Mengukur tingkat keuntungan dari investasi yang telah

dilakukan oleh pemilik modal sendiri atau pemegang saham perusahaan. *Return on Equity* (ROE) menunjukkan rentabilitas modal sendiri atau rentabilitas usaha.

Rumus *return on equity* adalah:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Modal Sendiri}}$$

#### **4. Ukuran Perusahaan**

##### **a. Definisi Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan secara umum dapat diartikan sebagai suatu perbandingan besar kecilnya suatu objek. Di dalam kamus bahasa Indonesia, ukuran diartikan sebagai:

- 1) Alat untuk mengukur (seperti meter, kilogram, dan sebagainya).
- 2) Sesuatu yang dipakai untuk menentukan.
- 3) Pendapat mengukur
- 4) Panjangnya (lebarnya, luasnya, besarnya) sesuatu.

Jika pengertian ini dihubungkan dengan perusahaan atau organisasi, maka ukuran perusahaan atau organisasi dapat diartikan sebagai suatu perbandingan besar atau kecilnya usaha dari suatu perusahaan atau organisasi. Untuk itu pengertian selanjutnya mengenai ukuran perusahaan adalah sesuatu yang dapat mengukur atau menentukan nilai dari besar kecilnya perusahaan.

Menurut Chastina dan Dwi (2006) dalam Marpaung (2009), ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain: total aktiva, *log size*, nilai pasar saham, dan lain-lain. Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi dalam tiga

kategori yaitu, perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium size*) dan perusahaan kecil (*small firm*). Penentuan ukuran perusahaan ini didasarkan kepada total asset perusahaan (Machfoedz, 1994) dalam Suwito dan Herawaty (2005).

Sedangkan menurut Van Horne (2005) ukuran perusahaan adalah keseluruhan dari aktiva yang dimiliki oleh suatu perusahaan yang dapat dilihat dari sisi kiri neraca.

Ukuran perusahaan dapat diklasifikasikan berdasarkan total aktiva, jumlah karyawan, jumlah penjualan, dan kapitalisasi pasar (*market capitalized*). Salah satu tolak ukur yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan adalah ukuran aktiva dari perusahaan tersebut. Perusahaan yang memiliki total aktiva besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibandingkan perusahaan dengan total asset yang kecil (Daniati dan Suhairi, 2006).

Aktiva merupakan tolak ukur besaran atau skala suatu perusahaan. Biasanya perusahaan besar mempunyai aktiva yang besar pula nilainya. Total aktiva merupakan salah satu dasar penentuan ukuran perusahaan (Machfoedz dan Liauw, 1998 dalam Suwito dan Herawaty, 2005). Total aktiva adalah harta yang dimiliki perusahaan yang berperan penting dalam operasional perusahaan sesuai kelompok dari aktiva tersebut.

Menurut APB Statement dalam Harahap (2007), *Asset* (aktiva) adalah kekayaan ekonomi perusahaan termasuk di dalamnya pembebanan yang ditunda, dan diakui sesuai prinsip akuntansi yang berlaku. Sedangkan menurut FASB dalam Harahap (2007), *asset* adalah kemungkinan keuntungan ekonomi yang diperoleh atau dikuasai dimasa yang akan datang oleh lembaga tertentu sebagai akibat transaksi atau kejadian masa lalu.

Dari kedua definisi *Asset* (aktiva) di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa aktiva adalah kekayaan dan kemungkinan keuntungan ekonomi yang dikuasai dimasa yang akan datang akibat transaksi masa lalu. Dalam penelitian ini digunakan total aktiva sebagai alat ukur suatu perusahaan, karena nilai total aktiva yang disajikan secara historis dianggap lebih stabil dan lebih dapat mencerminkan ukuran perusahaan.

## **5. Penelitian yang Relevan**

Studi tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan relatif baru dilakukan di Indonesia. Eviriana (2009) melakukan penelitian pada perusahaan LQ 45 tahun 2007 menemukan bahwa kinerja perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Murwaningsari (2009) menemukan bahwa kinerja perusahaan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial. Penelitian ini berkontradiksi dengan penelitian yang dilakukan oleh Relita (2007), menemukan bahwa kinerja perusahaan tidak menghasilkan pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Dalam penelitian Sembiring (2003) ditemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini menggunakan proksi ukuran perusahaan *log of net sales* sedangkan pada penelitian selanjutnya (Sembiring, 2005) ukuran perusahaan diproksikan dengan jumlah tenaga kerja.

Sama halnya dengan hasil penelitian Sembiring (2003 dan 2005), penelitian Pebrinaldi (2008) juga ditemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Utomo (2000) menemukan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, dan profil industri berkorelasi positif terhadap pengungkapan informasi tanggung jawab sosial.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006) pada 1188 sampel perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta tahun 2000-2004. Pada penelitian ini ukuran perusahaan diproksikan dengan kapitalisasi pasar. Dalam penelitian tersebut tidak berhasil membuktikan pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Rosmasita (2007) dan Marpaung (2009) juga tidak berhasil membuktikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

## **B. Kerangka Konseptual**

Saat ini perusahaan tidak lagi hanya dituntut untuk kepentingan profit/laba semata. Pihak *stockholders*, *bondholders* maupun pasar sudah mulai menuntut hal lain dari sebuah perusahaan, yakni mengenai tanggung jawab sosial perusahaan

terhadap masyarakat di sekitarnya. Para *stockholder* mulai melihat perusahaan dari sisi non-keuangan, dan salah satunya adalah dengan melihat tanggung jawab sosial perusahaan. Pengungkapan tanggung jawab dirasa perlu, karena hal itu bisa menjadi indikator mengenai profil perusahaan.

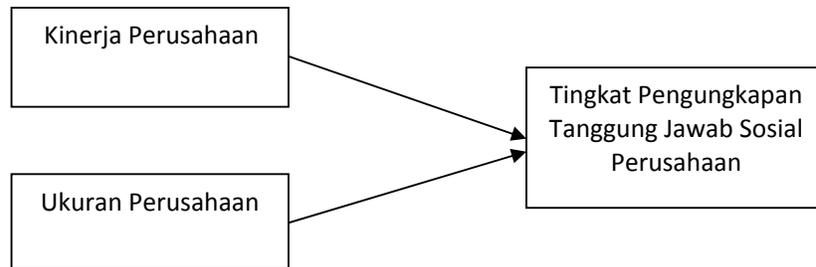
Kinerja perusahaan merupakan suatu gambaran tentang kondisi keuangan suatu perusahaan yang dianalisis dengan alat-alat analisis keuangan, sehingga dapat diketahui mengenai baik buruknya keadaan keuangan suatu perusahaan yang mencerminkan prestasi kerja dalam periode tertentu. Hal ini sangat penting agar sumber daya digunakan secara optimal dalam menghadapi perubahan lingkungan.

Semakin baik kinerja suatu perusahaan maka akan semakin banyak perusahaan tersebut melakukan aktivitas sosialnya. Perusahaan memiliki kinerja yang baik apabila dalam kegiatan operasionalnya, perusahaan itu dapat menunjukkan adanya keselarasan hubungan antara perusahaan dengan lingkungan hidup dengan cara menjaga keseimbangan hubungan antara perusahaan dengan masyarakat, perusahaan dengan sumberdaya manusia, perusahaan dengan karyawan serta mengungkapkan aktivitas sosialnya tersebut dalam laporan akuntansi pertanggungjawaban sosialnya.

Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Teori agensi menyatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan, maka biaya keagenan yang muncul juga semakin besar. Untuk mengurangi biaya keagenan tersebut, manajemen dituntut untuk

menginformasikan kegiatan bisnisnya seluas-luasnya termasuk informasi tanggung jawab sosial perusahaan.

Dengan demikian maka dapat digambarkan kerangka konseptual penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

### C. Hipotesis

Berdasarkan latar belakang, perumusan masalah, dan tujuan penelitian, maka hipotesis penelitian ini adalah:

H<sub>1</sub>: Kinerja perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

H<sub>2</sub>: Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Kesimpulan yang dapat diambil dari analisis kinerja perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan *high profile* yang termasuk kategori LQ 45 yang terdaftar di BEI adalah sebagai berikut:

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

#### **B. KETERBATASAN**

1. Karena perusahaan sampel merupakan perusahaan *high profile* yang termasuk LQ 45 tahun 2007-2009 yang terdaftar di BEI, maka hasil penelitian yang diperoleh belum dapat digeneralisasi secara keseluruhan.
2. Kinerja perusahaan dapat diukur melalui tingkat ROA, ROI, ROE. Tapi penulis hanya melihat kinerja perusahaan berdasarkan tingkat ROE saja, sehingga hasil penelitian yang diperoleh belum bisa digeneralisasikan.

### C. SARAN

Adapun saran-saran yang dapat peneliti berikan sehubungan dengan keterbatasan yang melekat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Agar perusahaan lebih memperhatikan kualitas dan kuantitas pengungkapan tanggung jawab sosial untuk periode selanjutnya terutama untuk item-item yang masih rendah seperti dukungan pada konservasi satwa, rating (penghargaan di bidang lingkungan) serta kesetaraan gender dalam kesempatan kerja dan karir.
2. Bagi perusahaan emiten sebaiknya mengkaji kembali keputusan untuk pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada *annual report* perusahaannya. Hal ini dikarenakan di Indonesia belum memiliki standar pengungkapan tanggung jawab sosial. Kedepannya diharapkan adanya perhatian perusahaan untuk lebih transparan mengenai kualitas maupun kuantitas tentang tanggung jawab sosial yang telah dilakukan perusahaan.
3. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan jenis perusahaan yang berbeda dan memakai ruang lingkup sampel yang luas. Selain itu juga diharapkan dapat menambah variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan seperti komitmen perusahaan, kematangan perusahaan serta regulasi dan sistem perpajakan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Fr. Reni Retno. 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta). *Simposium Nasional Akuntansi IX*. Padang, 23-26 Agustus 2006.
- Ardana, I Komang. 2008. Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial. *Buletin Studi Ekonomi*. Vol 13 No. 1 Thn 2008.
- Belkaoui, Ahmed Riahi. 2000. *Teori Akuntansi*, Buku 1, Edisi 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Cahya, Bramantya Adhi. 2010. Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Pada Bank di Indonesia Periode Tahun 2007-2008). *Skripsi S1*. FE Universitas Diponegoro.
- Daniati, Ninna dan Suhairi. 2006. Pengaruh Informasi Komponen Laporan Arus Kas, Laba Kotor, dan *Size* Perusahaan terhadap *Expected Return Saham*. *Simposium Nasional Akuntansi IX*. Padang, 23-26 Agustus 2006.
- Eviriana, Desi. 2009. Pengaruh Kinerja Perusahaan dan Komitmen Sosial Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Studi Empiris pada Perusahaan *High-Profile* yang termasuk kategori LQ 45 yang terdaftar di BEI). *Skripsi S1*. FE Universitas Negeri Padang.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Edisi Ketiga, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap, Syofyan Syafri. 2007. *Teori Akuntansi*. Edisi Revisi. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Idris. 2006. *Aplikasi SPSS dalam Analisa Data Kuantitatif*. FE UNP.
- Ikatan Akuntan Indonesia (IAI). 2001. "*Standar Akuntansi Keuangan*". Jakarta: Salemba Empat.
- Lako, Andreas. 2008. Kewajiban CSR dan Reformasi Paradigma Bisnis dan Akuntansi. *Usahawan*. No. 06 Th XXXVII.
- \_\_\_\_\_. 2010. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan: Motif, Perlakuan Akuntansi dan Bukti Empiris. *Usahawan*. No. 02 Th XXXIX.