

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, TIPE INDUSTRI DAN UMUR
PERUSAHAAN TERHADAP TINGKAT PENGUNGKAPAN
TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN**
(Studi Empiris pada Perusahaan yang Go Public di Bursa Efek Indonesia)

Skripsi

*Diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Pada
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*



HASTUTI PRANTIKA
2004/61051

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2009**

ABSTRAK

Hastuti Prantika (61051/2004) "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri dan Umur Perusahaan Terhadap Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan"
Skripsi Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang 2009

Pembimbing I : Lili Anita, SE, Ak, M.Si
Pembimbing II : Deviani, SE, Ak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji : (1) Pengaruh ukuran perusahaan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, (2) Pengaruh tipe industri terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, (3) Pengaruh umur perusahaan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Jenis penelitian ini digolongkan sebagai penelitian yang bersifat kausatif. Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sampel ditentukan berdasarkan *purposive sampling*, dengan total sebanyak 50 perusahaan. Data diperoleh dari ICMD (*Indonesian Capital Market Directory*) dan www.idx.co.id. Teknik analisis data dengan menggunakan regresi berganda.

Hasil penelitian membuktikan bahwa : (1) Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan tingkat signifikansi $0,018 < 0,05$, dimana $t_{hitung} 2,463 > t_{tabel} 1,6787$, (2) Perusahaan *high profile* lebih banyak melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan daripada perusahaan *low profile* dengan tingkat signifikansi $0,025 < 0,05$, dimana $t_{hitung} 2,324 > t_{tabel} 1,6787$, (3) Umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan tingkat signifikansi $0,549 > 0,05$, dimana $t_{hitung} 0,604 < t_{tabel} 1,6787$.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada saat industri berkembang setelah terjadi revolusi industri, kebanyakan perusahaan memfokuskan dirinya sebagai organisasi yang mencari keuntungan belaka. Seiring dengan berjalannya waktu, masyarakat tak sekedar menuntut perusahaan untuk menyediakan barang dan jasa yang diperlukannya, melainkan juga menuntut untuk bertanggung jawab secara sosial. Hal inilah yang kemudian melatarbelakangi munculnya konsep *corporate social responsibility* (CSR).

Menurut Clement (2002) dalam Rudito (2007:209) *corporate social responsibility* adalah komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dan keluarganya, komunitas lokal dan komunitas secara lebih luas. Menurut Wibisono (2007:52) *corporate social responsibility* merupakan konsep ketika perusahaan memutuskan secara sukarela untuk memberikan kontribusi kepada masyarakat dengan lebih baik dan lingkungan yang lebih lestari.

Standar akuntansi keuangan di Indonesia belum mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan informasi sosial, terutama mengenai tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan atau akibat lain yang terjadi dari kegiatannya. Namun, bagi perusahaan yang mencatatkan sahamnya di

Bursa Efek Indonesia, pengungkapan kegiatan sosial seperti *Corporate Social Responsibility* telah diatur dalam Peraturan Bapepam No. KEP-13/BL/2006 tanggal 7 Desember 2006 sebagai pengganti Peraturan Bapepam No. KEP-38/PM/1996.

Sampai saat ini di Indonesia belum memiliki standar laporan tanggung jawab sosial perusahaan seperti halnya laporan keuangan sehingga salah satu cara menilai implementasi tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu melalui pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang terdapat pada *annual report* perusahaan. Sembiring (2005) mengartikan pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan proses pengkomunikasian sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dengan masyarakat secara keseluruhan.

Menurut Wibisono (2007:71) implementasi CSR pada umumnya dipengaruhi oleh faktor-faktor (1) terkait dengan komitmen pimpinan, (2) ukuran dan kematangan (umur) perusahaan dan (3) regulasi dan sistem perpajakan. Sedangkan menurut Darwin (2006:89) dalam pelaporan CSR harus mengungkapkan tipe perusahaan, parameter yang digunakan dalam laporan, tata kelola dan komitmen-komitmen serta tata hubungan dengan *stakeholder*.

Terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan, ukuran perusahaan merupakan faktor yang mempengaruhinya, karena perusahaan besar lebih mempunyai potensi memberikan kontribusi ketimbang perusahaan kecil (Wibisono, 2007:71). Ukuran perusahaan merupakan

variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Disamping itu, perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan.

Tipe industri berkaitan dengan variasi dampak operasi perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat, sehingga hipotesis umumnya menyatakan perusahaan yang memiliki dampak yang besar terhadap lingkungan dan masyarakat akan mengungkapkan lebih banyak informasi sosial. Menurut Hackstone dan Milne (dalam Utomo, 2000) tipe perusahaan dapat dibedakan menjadi dua yaitu perusahaan dengan *high-profile* dan perusahaan dengan *low-profile*. Perusahaan yang termasuk dalam tipe industri *high-profile* adalah perusahaan yang mempunyai tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap lingkungan, tingkat resiko politik yang tinggi atau tingkat kompetensi yang ketat. Sedangkan perusahaan yang *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. Contoh perusahaan *high-profile* diantaranya perusahaan perminyakan dan pertambangan sedangkan contoh perusahaan *low-profile* antara lain perusahaan perbankan dan properti. Perusahaan termasuk dalam *high-profile* diyakini melakukan pengungkapan

yang lebih banyak daripada industri *low-profile* (Hackston dan Milne, dalam Utomo, 2000).

Umur perusahaan dapat diartikan dengan lamanya perusahaan berdiri dan beroperasi. Menurut Daljono dalam Kusuma (2001:61-75) semakin panjang umur perusahaan maka semakin banyak informasi yang dihasilkan. Pada kondisi normal, perusahaan yang telah lama berdiri akan mempunyai pengelolaan informasi akuntansi lebih daripada perusahaan yang baru berdiri sehingga jika dikaitkan dengan pengungkapan CSR, perusahaan yang memiliki kematangan (lama beroperasi) akan cenderung menghasilkan informasi CSR lebih banyak.

Tanggung jawab sosial perusahaan kini menjadi momok bagi dunia usaha. Itulah kesan yang timbul ketika kalangan pengusaha dilanda keresahan terkait dengan diusulkannya penetapan CSR sebagai salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan dalam Rancangan Undang-Undang Perseroan Terbatas (RUU PT) dimana selama ini aktivitas CSR diasumsikan sebagai aktivitas berdasarkan kerelaan dan bukannya paksaan. Tanggung jawab sosial perusahaan tercantum dalam Undang-Undang No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74 mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (Susanto, 2007:3).

Adanya UU PT tersebut sebagai bukti bahwa pelaksanaan tanggung jawab sosial belum dijalankan oleh perusahaan dengan baik dan wajar. Untuk itu, perusahaan diwajibkan untuk melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dan hal ini dapat dilihat dari banyak kasus ketidakpuasan publik

yang bermunculan. Ambadar (2008) mengemukakan ada beberapa perusahaan yang pernah tersandung kasus CSR seperti PT. Timah Tbk yang menyebabkan kerusakan lingkungan di bibir pantai Pulau Bangka Belitung, pencemaran air permukaan laut dan kerusakan cagar alam. PT. Nike juga diprotes oleh para aktivis Amerika karena telah mengabaikan etika bisnis korporasi, diantaranya dengan memeras buruh di negara berkembang akibatnya penjualan Nike terganggu dan banyak yang memboikot produk mereka. Selain itu, kasus TPST (Tempat Pengolahan Sampah Terpadu) Bojong di Bogor dimana terdapat penolakan warga sekitar terhadap pemerintah daerah karena dinilai melecehkan hak-hak warga untuk mendapatkan lingkungan yang baik dan sehat.

Akan tetapi, tidak semua perusahaan menimbulkan ketidakpuasan publik atas aktivitas perusahaannya diantaranya PT. Unilever yang menghadirkan program CSR bertajuk “Markas Petualangan Taro” dimana program ini mengharapkan masyarakat ikut berperan secara aktif dalam menanamkan kepedulian akan pentingnya membentuk karakter anak melalui aktivitas petualangan di lahan sekitar. PT. Kaltim Prima Coal juga sukses menjalankan program baik bidang lingkungan, ekonomi maupun bidang sosial sehingga menerima penghargaan tertinggi dalam CSR Award’05. PT. HM Sampoerna Tbk menerima penghargaan khusus bidang lingkungan melalui program kemitraan dengan petani tembakau. Atau program pertanian terpadu yang digalakkan PT. Riau Andalan Pulp and Paper (Ambadar, 2008).

Di Indonesia penelitian mengenai ukuran perusahaan dan pengungkapan CSR menunjukkan hasil yang beragam. Penelitian yang dilakukan Sembiring (2005) menemukan bahwa ukuran perusahaan dan tipe perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Namun penelitian yang dilakukan Anggraini (2006) tidak berhasil menemukan pengaruh antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan CSR.

Hackston dan Milne (1996) menyajikan bahwa terdapat hubungan yang lebih kuat antar perusahaan dalam tipe industri yang *high-profile* dibandingkan dengan industri yang *low-profile*. Tipe industri yang termasuk dalam perusahaan *high-profile* akan memberikan informasi sosial lebih banyak dibandingkan perusahaan *low-profile*. Penelitian Utomo (2000) yang meneliti praktek pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia yang tergolong dalam *high-profile* dan *low-profile* menemukan bahwa pengungkapan sosial di Indonesia relatif rendah. Namun, perusahaan *high-profile* ternyata melakukan pengungkapan yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan *low-profile*.

Beberapa peneliti terdahulu mencoba menguji pengaruh umur perusahaan sebagai bagian dari perusahaan yang merupakan *potential determinant* dari praktek pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Salah satunya Gray et al (1995) yang memberikan kesimpulan sementara bahwa umur perusahaan mungkin berhubungan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Yuningsih (2003) menemukan bahwa umur perusahaan memiliki pengaruh

terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Surabaya.

Melihat hasil penelitian yang beragam tersebut, peneliti bermaksud meneliti ulang pengaruh ukuran perusahaan, tipe industri dan umur perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan analisis lebih jauh terhadap penelitian ini dalam sebuah penelitian. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005). Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005) adalah penulis menambahkan umur perusahaan sebagai variabel independen yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Untuk itu, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul: **”Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri dan Umur Perusahaan terhadap Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan”**. (Studi Empiris pada Perusahaan yang *Go Public* di Bursa Efek Indonesia).

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan masalah di atas maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Sejauhmana ukuran perusahaan berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Sejauhmana tipe industri berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

3. Sejauhmana umur perusahaan berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
4. Sejauhmana profitabilitas berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

C. Pembatasan Masalah

Penulis membatasi masalah dengan menfokuskan pada ukuran perusahaan, tipe industri dan umur perusahaan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas maka dapat dirumuskan bahwa yang menjadi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Sejauhmana ukuran perusahaan berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Sejauhmana tipe industri berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
3. Sejauhmana umur perusahaan berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Sejauhmana ukuran perusahaan berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Sejauhmana tipe industri berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
3. Sejauhmana umur perusahaan berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini berguna untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai pengungkapan CSR dalam perusahaan yang sesungguhnya.

2. Bagi Praktisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wacana dan membantu dalam pengambilan keputusan bisnis.

3. Bagi Akademisi

Diharapkan dapat memberikan literatur yang dapat membantu dalam pengembangan ilmu akademik.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Menambah pengetahuan dengan memberikan gambaran tentang tanggung jawab sosial perusahaan, serta bisa dijadikan sebagai referensi atau pertimbangan untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

A. Kajian Teori

1. Pengungkapan

Menurut Hendriksen (2002:428) pengungkapan (*disclosure*) adalah penyajian informasi yang diperlukan dalam laporan keuangan untuk mencapai operasi optimal pasar modal yang efisien. Hal ini menyebabkan informasi yang cukup (*sufficient information*) harus diungkapkan agar dasar untuk pengambilan keputusan dan prediksi terhadap pengembalian investasi di masa yang akan datang akurat dan dapat dipercaya.

Informasi yang diungkapkan dikelompokkan menjadi pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*). Pengungkapan wajib merupakan pengungkapan informasi yang diharuskan oleh peraturan yang berlaku. Pengungkapan wajib merupakan pengungkapan minimum yang diisyaratkan oleh standar akuntansi yang berlaku. Jika perusahaan tidak bersedia mengungkapkan informasi yang secara sukarela, perusahaan wajib untuk mengungkapkannya. Pengungkapan sukarela merupakan pengungkapan informasi yang melebihi dari yang diwajibkan. Pengungkapan sukarela merupakan pengungkapan butir-butir yang dilakukan secara sukarela oleh perusahaan tanpa diharuskan oleh peraturan yang berlaku.

2. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)

a. Pengertian Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) muncul bersifat spontanitas dan belum terkelola dengan baik. Selain itu, dorongan eksternal berupa tuntutan masyarakat dan dorongan internal perusahaan agar perusahaan lebih peduli dan bertanggung jawab terhadap lingkungannya. CSR merupakan konsep ketika perusahaan memutuskan secara sukarela untuk memberikan kontribusi kepada masyarakat dengan lebih baik dan lingkungan yang lebih lestari (Wibisono, 2007:52).

Menurut Magnan dan Ferrel (2004) dalam Susanto (2007:51) mendefinisikan CSR sebagai “*A business acts in socially responsible manner when its decision and account for and balance diverse stakeholders interest*”. Definisi ini menekankan kepada perlunya memberikan perhatian secara seimbang terhadap kepentingan berbagai *stakeholders* yang beragam dalam setiap keputusan dan tindakan yang diambil oleh para pelaku bisnis melalui perilaku yang secara sosial bertanggungjawab.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan telah tercantum dalam Undang-Undang No.40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas Pasal 74 mengenai Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Lingkungan. Adapun isi Undang-Undang No.40 tahun 2007 yaitu:

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.

2. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan yang dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran.
3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) dikenakan sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dalam Peraturan Pemerintah.

Dalam UU PT di atas, definisi tanggung jawab sosial perusahaan dan lingkungan lebih menitikberatkan kepada pengembangan komunitas (*community development*).

Mengenai pengertian CSR belum ada pengertian tunggal yang disepakati oleh semua pihak. Menurut Darwin (2004) dalam Anggraini (2006) *corporate social responsibility* adalah: “mekanisme bagi suatu organisasi yang secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum”.

Belal (2001) dalam Kartika (2008) mendefinisikan *corporate social responsibility* sebagai proses komunikasi sosial dan lingkungan dari organisasi ekonomi terhadap kelompok tertentu di masyarakat dan masyarakat luas.

Perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial luas dibanding hanya untuk mencari uang bagi pemegang saham. Dari beragam definisi CSR, ada satu kesamaan bahwa CSR tidak bisa lepas dari kepentingan *shareholder* dan *stakeholder* perusahaan. Mereka adalah pemilik perusahaan, karyawan, masyarakat, negara dan lingkungan. Konsep inilah yang diterjemahkan oleh Elkington (1997) dalam Susanto (2008) yang mengemukakan bahwa sebuah perusahaan yang menunjukkan tanggung jawab sosialnya akan memberikan perhatian kepada peningkatan kualitas perusahaan (*profit*), masyarakat khususnya komunitas sekitar (*people*), serta lingkungan hidup (*planet bumi*).

Menurut definisi yang dikemukakan oleh THE JAKARTA CONSULTING GROUP, tanggung jawab sosial diarahkan baik ke dalam (internal) maupun keluar (eksternal) perusahaan. Ke dalam tanggung jawab ini diarahkan kepada pemegang saham dalam bentuk profitabilitas dan pertumbuhan. Selain itu juga diarahkan kepada karyawan karena hanya dengan kerja keras, kontribusi serta pengorbanan merekalah perusahaan dapat menjalankan berbagai macam aktivitasnya serta meraih kesuksesan. Ke luar, tanggung jawab sosial ini berkaitan dengan peran perusahaan sebagai pembayar pajak dan penyedia lapangan kerja.

c. Manfaat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)

Menurut Wibisono (2007:71) ada tiga alasan mengapa perusahaan mesti merespon dan mengembangkan isu tanggung jawab sosial perusahaan sejalan dengan operasi usahanya yaitu:

1. Perusahaan adalah bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat.
2. Kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme.
3. Kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu cara untuk meredakan atau bahkan menghindari konflik sosial.

Dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya perusahaan menfokuskan perhatiannya kepada tiga hal yaitu *profit*, lingkungan dan masyarakat. Dengan diperolehnya laba, perusahaan dapat memberikan deviden bagi pemegang saham, mengalokasikan sebagian laba yang diperoleh guna membiayai pertumbuhan dan pengembangan usaha di masa depan serta membayar pajak kepada pemerintah.

Dengan lebih banyak memberikan perhatian kepada lingkungan sekitar, perusahaan dapat ikut berpartisipasi dalam usaha-usaha pelestarian lingkungan demi terpeliharanya kualitas kehidupan manusia dalam jangka panjang. Perhatian terhadap masyarakat, dapat dilakukan dengan cara melakukan aktivitas-aktivitas serta pembuatan kebijakan yang dapat meningkatkan kompetensi yang dimiliki diberbagai bidang. Dengan menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan yang dijalankannya, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek, namun juga turut berkontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitar dalam jangka panjang.

Menurut Susanto (2007:28) dari sisi perusahaan terdapat berbagai manfaat yang dapat diperoleh dari aktivitas CSR yaitu:

2. Mengurangi resiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima perusahaan.
3. CSR dapat berfungsi sebagai pelindung dan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis.
4. Keterlibatan dan kebanggaan karyawan.
5. CSR yang dilaksanakan secara konsisten akan mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan para *stakeholdersnya*.
6. Meningkatkan penjualan.
7. Insentif-insentif lainnya seperti insentif pajak dan berbagai perlakuan khusus lainnya.

c. Penilaian terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)

Kategori tanggung jawab sosial perusahaan menurut William (1999) dalam Kartika (2008) meliputi lima tema antara lain: (1) *environment*, (2) *energy*, (3) *human resource and management*, (4) *products and customers*, dan (5) *community*. Brammer, Brooks dan Pavelin (2006) pengukuran CSR dengan mempertimbangkan tiga parameter CSR yaitu *employment*, *environment* dan *community*.

Dalam menjalankan aktivitas CSR tidak ada standar atau praktek-praktek tertentu yang dianggap terbaik. Setiap perusahaan memiliki karakteristik dan situasi yang unik yang berpengaruh terhadap bagaimana

mereka memandang tanggung jawab sosial. Dan setiap perusahaan memiliki kondisi yang beragam dalam hal kesadaran akan berbagai isu berkaitan dengan CSR serta seberapa banyak hal yang telah dilakukan dalam hal mengimplementasikan pendekatan CSR.

Implementasi CSR dilakukan oleh masing-masing perusahaan sangat bergantung kepada misi, budaya, lingkungan dan profil resiko, serta kondisi operasional masing-masing perusahaan (Susanto, 2007:73). Menurut Wibisono (2007:71), implementasi CSR pada umumnya dipengaruhi oleh faktor-faktor (1) terkait dengan komitmen pimpinan, (2) ukuran dan kematangan (umur) perusahaan dan (3) regulasi dan sistem perpajakan. Sedangkan menurut Darwin (2006:89) dalam pelaporan CSR harus mengungkapkan tipe perusahaan, parameter yang digunakan dalam laporan, tata kelola dan komitmen-komitmen serta tata hubungan dengan stakeholder. Pelaksanaan CSR dapat dilaksanakan menurut prioritas yang didasarkan pada ketersediaan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan.

Penilaian terhadap CSR bertujuan untuk mengidentifikasi masalah, peluang, tantangan yang dihadapi perusahaan dalam menjalankan aktivitas CSR. Penilaian yang tepat harus memberikan pemahaman mengenai hal-hal:

2. Nilai-nilai dan etika perusahaan
3. Dorongan eksternal dan internal yang memotivasi perusahaan untuk menjalankan aktivitas CSR.
4. Isu-isu penting seputar CSR yang dapat memberikan dampak bagi perusahaan.

5. *Stakeholder-stakeholder* kunci.
6. Struktur pengambilan keputusan yang berlaku dalam perusahaan saat ini, kekuatan dan kelemahannya dalam hal mengimplementasikan program-program CSR yang terintegrasi.
7. Implikasi terhadap sumber daya manusia dan anggaran yang dimiliki.
8. Aktivitas-aktivitas berkaitan dengan CSR yang tengah berjalan.

Penilaian bertujuan agar perusahaan melakukan aktivitas-aktivitas CSR secara berkesinambungan, tidak bersifat parsial. Penilaian CSR juga membantu perusahaan mengidentifikasi kesenjangan dan peluang yang ada, sehingga mampu memperbaiki kualitas pengambilan keputusan.

Tahapan-tahapan dalam pelaksanaan penilaian CSR menurut Susanto (2007:76) sebagai berikut:

1. Membentuk tim kepemimpinan CSR.
2. Merumuskan definisi CSR.
3. Melakukan kajian terhadap dokumen, proses, dan aktivitas perusahaan.
4. Mengidentifikasi dan melibatkan stakeholders kunci.

Selanjutnya Sembiring (2005) dengan memodifikasi bentuk pengungkapan sosial Hackson dan Milne (1999) dalam Sembiring (2005) sesuai dengan kondisi di Indonesia, bentuk kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan yaitu:

4. Membantu riset medis;	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5. Sebagai sponsor untuk konferensi pendidikan, seminar atau pameran seni	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
6. Membiayai program beasiswa	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7. Membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat;	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
8. Mensponsori kampanye nasional;	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
9. Mendukung pengembangan industri lokal	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7. Umum												
1. Pengungkapan tujuan/kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2. Informasi berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan selain yang disebutkan di atas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Total Item yang Diharapkan Diungkapkan	73	73	78	71	78	73	64	67	63	67	78	78

Sektor Industri

1 = Agriculture Forestry and Fishing

2 = Animal Feed and Husbandry

3 = Mining and Mining service

4 = Construction

5 = Manufacturing

6 = Transportation Service

7 = Communication

8 = Whole Sale and Retail Trade

9 = Banking, Credit Agencies Other than Bank, securities, Insurance and Real estate

10 = Hotel and Travel Service

11 = Holding and Other Investment

12 = Others

3. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan masyarakat secara keseluruhan (Sembiring, 2005). Pratiwi dan Djamhuri (2004) mengartikan pengungkapan sosial sebagai suatu pelaporan atau penyampaian informasi kepada *stakeholder* mengenai segala aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan sosialnya. Hasil penelitian dari beberapa negara membuktikan bahwa laporan tahunan (*annual report*) merupakan media yang tepat untuk menyampaikan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pertanggungjawaban sosial timbul jika organisasi memiliki kesadaran bahwa mereka memiliki kewajiban untuk melakukan pertanggungjawaban terhadap lingkungannya. Ramanathan (1976) dalam Puspitaningrum (2004) mengemukakan ada empat tujuan dari pengungkapan tanggung jawab sosial, yaitu:

- c. Mengidentifikasi dan mengukur kontribusi sosial perusahaan tiap periode, yang tidak hanya berupa internalisasi *social cost* dan *social benefit*, tetapi juga pengaruh eksternalitas tersebut terhadap kelompok sosial yang berbeda.
- d. Untuk membantu menentukan apakah strategi dan praktek perusahaan secara langsung mempengaruhi sumber daya dan status kekuatan individu, masyarakat kelompok sosial, dan generasi yang konsisten dengan prioritas sosial di satu sisi dengan aspirasi individu di pihak lain.

- e. Untuk menyediakan secara optimal informasi-informasi yang relevan dengan unsur-unsur sosial dalam tujuan, kebijakan, program, kinerja dan sumbangan perusahaan terhadap tujuan sosial.
- f. Untuk meningkatkan keunggulan budaya saing perusahaan dalam globalisasi dan/atau perdagangan bebas.

Menurut Gray et al 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 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 lebih luas ini telah menjadi sumber utama kemajuan dalam pemahaman tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan sekaligus menjadi sumber kritik yang utama terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Praktek pengungkapan informasi CSR bervariasi di antar waktu dan antar negara. Hal ini disebabkan isu-isu yang dipandang penting oleh suatu negara mungkin akan menjadi kurang penting oleh suatu negara lain. Pengungkapan CSR perusahaan akan meningkatkan citra perusahaan dan

ingin dilihat sebagai warga negara yang bertanggung jawab dan perusahaan akan mengungkapkan informasi tertentu jika ada aturan yang menghendakinya (Anggraini, 2006).

4. Ukuran Perusahaan

Secara umum ukuran dapat diartikan sebagai suatu perbandingan besar atau kecilnya suatu objek. Di dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia ukuran dapat diartikan sebagai: “(1) alat untuk mengukur (seperti meter, kilogram, dan sebagainya); (2) sesuatu yang dipakai untuk menentukan; (3) pendapatan mengukur; (4) panjangnya (lebarnya, luasnya, besarnya) sesuatu”. Jika pengertian tersebut dihubungkan dengan perusahaan atau organisasi maka ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai besar atau luasnya perusahaan atau organisasi.

Menurut Machfoed (1998) ukuran perusahaan merupakan suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara antara lain total aktiva, *long size*, nilai pasar saham, dan lain-lain. Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi dalam tiga kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium firm*), dan perusahaan kecil (*small firm*).

Ukuran perusahaan dijadikan proksi ketidakpastian, karena perusahaan yang berskala besar umumnya lebih dikenal oleh masyarakat daripada perusahaan yang berskala kecil. Karena lebih dikenal masyarakat maka informasi mengenai perusahaan lebih besar lebih banyak dibandingkan dengan

perusahaan berskala kecil sehingga ketidakpastian akan masa depan perusahaan akan bisa diketahui. Oleh karena itu, investor bisa mengambil keputusan lebih tepat bila dibandingkan dengan pengambilan keputusan tanpa informasi (James et al, 1995 dalam Khomsiyah, 2005:168-189).

Firt dan Smith (1992:239-347) menjelaskan mengapa alasan perusahaan-perusahaan besar mampu memprediksi dengan lebih baik adalah karena memiliki kontrol yang lebih baik terhadap pasar. Dengan demikian, mereka mampu menghadapi persaingan ekonomi atau rentan terhadap fluktuasi ekonomi.

Total aktiva merupakan salah satu dasar penentuan ukuran perusahaan (Machfoed, 1998). Total aktiva adalah harta yang dimiliki perusahaan yang berperan penting dalam operasional sesuai dengan kelompok dari aktiva tersebut. Menurut APB Statement dalam Harahap (2007:206), *Asset* (aktiva) adalah: kekayaan ekonomi perusahaan termasuk didalamnya pembebanan yang ditunda, dan diakui sesuai prinsip akuntansi yang berlaku. Sedangkan menurut FASB dalam Harahap (2007:206), *Asset* adalah kemungkinan keuntungan ekonomi yang diperoleh atau dikuasai di masa yang akan datang oleh lembaga tertentu sebagai akibat transaksi atau kejadian yang sudah berlalu.

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 lama, selain itu juga mencerminkan bahwa

perusahaan relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibandingkan perusahaan yang total *asset* yang kecil (Daniati & Suhairi, 2006).

Holmes dan Nicholls (1989) dalam Sembiring (2005) menyatakan bahwa tingkat informasi akuntansi yang disiapkan atau dibutuhkan oleh perusahaan bergantung pada ukuran perusahaan, baik berdasarkan jumlah perusahaan maupun berdasarkan penjualan. Menurutnya, semakin besar ukuran, maka semakin besar pula tingkat penyediaan dan penggunaan informasi akuntansi.

Selain itu Suhairi (2001) menyatakan bahwa analisis secara parsial dalam penelitiannya, membuktikan bahwa ukuran perusahaan merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi penggunaan informasi akuntansi pada industri skala kecil dan menengah di Indonesia. Namun jika dipisahkan antara skala kecil dan menengah, skala usaha tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap penggunaan informasi akuntansi dalam pengambilan keputusan akuntansi.

5. Tipe Industri

Tipe industri merupakan sifat atau jenis dari suatu perusahaan. Menurut Hackstone dan Milne (dalam Utomo, 2000) tipe industri dapat dibedakan menjadi dua yaitu industri *high-profile* dan industri *low-profile*. Perusahaan yang termasuk dalam tipe industri *high-profile* adalah perusahaan yang mempunyai tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap lingkungan, tingkat

resiko politik yang tinggi atau tingkat kompetensi yang ketat. Sedangkan perusahaan yang *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.

Hubungan sistematis antara tipe industri dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan telah ditemukan dalam penelitian-penelitian terdahulu. Hal ini dikaitkan dengan variasi dampak operasi perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat, sehingga hipotesis umumnya menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki dampak yang besar terhadap lingkungan dan masyarakat akan mengungkapkan lebih banyak informasi sosial.

Dikaitkan dengan teori legitimasi, hal ini dilakukan perusahaan untuk melegitimasi kegiatan operasinya dan menurunkan tekanan dari para aktivis sosial dan lingkungan. Penelitian yang mendukung hubungan tersebut antara lain Hckston dan Milne (1996), Utomo (2000), Kokubu *et. al.*, (2001), Henny dan Murtanto (2001) dan Hasibuan (2001).

Elemen pengungkapan yang diterapkan Bapepam dan Tim lain di Indonesia, disusun oleh tim yang setiap tahun melakukan perlombaan laporan tahunan perusahaan publik. Salah satu elemen pengungkapan laporan keuangan di pasar modal adalah profil perusahaan (Harahap, 2007:224).

Penelitian yang berkaitan dengan tipe industri kebanyakan mendukung bahwa industri *high-profile* mengungkapkan informasi tentang

tanggung jawab sosialnya lebih banyak dari industri *low-profile*. Untuk membedakan kedua jenis industri tersebut, definisi yang diusulkan oleh Robert (dalam Zuhroh dan Sukmawati, 2003) dapat digunakan. Robert mendefinisikan *high-profile companies* sebagai perusahaan yang memiliki *customer visibility*, tingkat resiko politik dan tingkat kompetensi yang tinggi. Industri *high-profile* diyakini melakukan pengungkapan sosial yang lebih banyak daripada industri *low-profile* (Hackstone dan Milne, dalam Utomo, 2000).

a. Tipe industri *high-profile*

Perusahaan yang termasuk dalam tipe industri *high-profile* menurut Hackstone dan Milne (dalam Utomo, 2000) adalah perusahaan yang mempunyai tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap lingkungan, tingkat resiko politik yang tinggi atau tingkat kompetensi yang ketat. Perusahaan-perusahaan *high-profile*, pada umumnya merupakan perusahaan yang memperoleh sorotan dari masyarakat karena aktivitas operasinya memiliki potensi untuk bersinggungan dengan kepentingan luas. Masyarakat umumnya lebih sensitif terhadap industri tipe ini karena kelalaian perusahaan dalam pengamanan proses produksi dan hasil produksi dapat membawa akibat yang fatal.

Perusahaan *high-profile* juga lebih sensitif terhadap keinginan konsumen atau pihak lain yang berkepentingan terhadap produknya. Adapun perusahaan yang tergolong pada perusahaan *high-profile* pada umumnya memiliki sifat mempunyai tenaga kerja yang besar, dalam produksi

mengeluarkan residu seperti limbah cair dan polusi udara (dalam Zuhroh dan Sukmawati, 2003). Contoh perusahaan yang termasuk dalam kelompok industri *high-profile* antara lain perusahaan perminyakan dan pertambangan, kimia, hutan, kertas, otomotif, penerbangan, agribisnis, tembakau dan rokok, produk makanan dan minuman, media dan komunikasi, energi (listrik), *engineering*, kesehatan serta transportasi dan pariwisata.

b. Tipe industri *low-profile*

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 yang termasuk dalam kategori *low-profile* lebih ditoleransi oleh masyarakat luas disaat perusahaan melakukan kesalahan. Adapun perusahaan yang termasuk dalam kelompok industri *low-profile* antara lain perusahaan bangunan, keuangan, perbankan, supplier peralatan medis, property, produk tekstil, produk personal dan produk rumah tangga (Zuhroh dan Sukmawati, 2003).

Sifat dari industri suatu perusahaan telah diidentifikasi sebagai faktor yang potensial menentukan praktek pengungkapan biaya sosial perusahaan. Dierkes dan Preston (1977) dalam Hackston dan Milne (1996) berpendapat bahwa perusahaan yang aktivitas ekonominya mengolah lingkungan, lebih cenderung mengungkapkan informasi tentang pengaruh aktivitasnya terhadap

lingkungan daripada industri lainnya. Sementara itu perusahaan yang berorientasi pelanggan dapat diharapkan untuk menunjukkan perhatian yang lebih besar dengan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat, untuk meningkatkan *image* perusahaan dan pengaruh pada penjualan.

Image perusahaan terbentuk dari asosiasi antara perusahaan dengan sekumpulan atribut positif atau negatif (Susanto, 2007:38). Misalnya perusahaan diasosiasikan dengan atribut-atribut: bermutu, layanan baik, tetapi kurang memiliki tanggung jawab sosial. Jadi, *image* perusahaan sudah berada benak para *stakeholdernya*. Dari sisi individu, atribut-atribut yang menonjol inilah yang menentukan apakah sebuah perusahaan dinilai mempunyai reputasi baik.

6. Umur Perusahaan

Umur perusahaan dapat diartikan berapa lama perusahaan beroperasi, mulai dari awal berdirinya sampai saat sekarang ini. Menurut Daljono dalam Kusuma (2001:61-75) semakin panjang umur perusahaan maka semakin banyak informasi yang dihasilkan. Pada kondisi normal perusahaan yang telah lama berdiri akan mempunyai pengelolaan informasi akuntansi lebih baik daripada perusahaan yang baru berdiri.

Umur perusahaan (*age*) dapat diukur dari sejak tahun berdirinya perusahaan tersebut sampai perusahaan menerbitkan laporan tahunan. Umur perusahaan menunjukkan seberapa lama perusahaan mampu bertahan.

Semakin lama umur perusahaan maka semakin banyak informasi yang diperoleh perusahaan tersebut sehingga dapat memperkecil ketidakpastian investor di masa yang akan datang (<http://www.petra.ac.id>).

Perusahaan yang belum lama berdiri, akan lebih sulit untuk berkembang dibanding perusahaan yang telah lama berdiri (Berlinger dan Robbins, 1986 dalam Firth dan Smith, 1992). Umur perusahaan juga menunjukkan seberapa lama perusahaan mampu bertahan. Semakin lama umur perusahaan, maka semakin banyak informasi yang telah diperoleh masyarakat. Dengan demikian akan mengurangi adanya asimetri informasi dan memperkecil ketidakpastian di masa yang akan datang (Khomsiyah, 2005:168-189).

Berdasarkan konsep *Continuous Improvement* oleh Edward Deming dalam Cortoda (1996:13) menjelaskan bahwa setiap perusahaan atau organisasi akan berusaha untuk melakukan perbaikan terus menerus di segala bidang operasional perusahaannya ke arah yang lebih baik, ini menjelaskan bahwa semakin lama perusahaan berdiri maka akan semakin banyak perbaikan dan pengembangan yang dilakukan terhadap lingkungannya.

Dari beberapa teori di atas dapat diambil kesimpulan bahwa umur perusahaan dapat menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengatasi kesulitan dan hambatan yang dapat mengancam kehidupan perusahaan. Umur perusahaan dapat menunjukkan kemampuan perusahaan mengambil kesempatan dalam lingkungannya untuk mengembangkan perusahaannya.

Selain itu, umur perusahaan juga dapat menunjukkan kemampuan perusahaan dalam berkompetisi. Dengan demikian semakin lama perusahaan berdiri semakin menunjukkan eksistensi dalam perekonomian dan dapat meningkatkan kepercayaan investor.

Beberapa peneliti terdahulu mencoba menguji pengaruh umur perusahaan sebagai bagian dari perusahaan yang merupakan *potential determinant* dari praktek pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Salah satunya Gray et al (1995) yang memberikan kesimpulan sementara bahwa umur perusahaan mungkin berhubungan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Yuningsih (2003) menemukan bahwa umur perusahaan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Surabaya.

7. Hubungan Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, Umur Perusahaan Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

- a. Hubungan ukuran perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Menurut Machfoed (1998) ukuran perusahaan merupakan suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara antara lain total aktiva, *long size*, nilai pasar saham, dan lain-lain. Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi dalam tiga kategori yaitu

perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium firm*), dan perusahaan kecil (*small firm*).

Terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan, ukuran perusahaan merupakan faktor yang mempengaruhinya, karena perusahaan besar lebih mempunyai potensi memberikan kontribusi ketimbang perusahaan kecil (Wibisono, 2007:71). Hal ini juga dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Disamping itu, perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan.

Hubungan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan telah diuji dalam sejumlah penelitian. Penelitian yang dilakukan Sembiring (2005) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan Utomo (2000) menemukan bahwa ukuran perusahaan berkorelasi positif terhadap pengungkapan informasi sosial perusahaan.

Kebanyakan pelaku program CSR merupakan perusahaan besar, sebab pelaksanaannya membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Hal ini dapat dilihat dari total aktiva yang dimiliki perusahaan. Selain itu, perusahaan besar banyak melakukan aktivitas yang berdampak besar terhadap

lingkungan. Sehingga ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

- b. Hubungan tipe industri dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Tipe industri merupakan sifat atau jenis dari suatu perusahaan. Menurut Hackstone dan Milne (dalam Utomo, 2000) tipe industri dapat dibedakan menjadi dua yaitu industri *high-profile* dan industri *low-profile*. Perusahaan yang termasuk dalam tipe industri *high-profile* adalah perusahaan yang mempunyai tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap lingkungan, tingkat resiko politik yang tinggi atau tingkat kompetensi yang ketat. Sedangkan perusahaan yang *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.

Penelitian Hackston dan Milne (1996) menyajikan bahwa terdapat hubungan yang lebih kuat antar perusahaan dalam industri *high-profile* dibandingkan dengan industri yang *low-profile*. Tipe industri yang termasuk dalam industri *high-profile* akan memberikan informasi sosial lebih banyak dibandingkan industri *low-profile*. Penelitian Utomo (2000) yang meneliti praktek pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia yang tergolong dalam *high-profile* dan *low-profile* menemukan bahwa pengungkapan sosial di Indonesia

relatif rendah. Namun, perusahaan *high-profile* ternyata melakukan pengungkapan yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan *low-profile*.

Perusahaan yang aktivitas ekonominya mengolah lingkungan (*high-profile*), lebih cenderung mengungkapkan informasi tentang pengaruh aktivitasnya terhadap lingkungan daripada perusahaan yang berorientasi pelanggan (*low-profile*) yang bertujuan untuk meningkatkan *image* perusahaan dan pengaruh pada penjualan. Sehingga perusahaan *high-profile* diyakini melakukan pengungkapan sosial yang lebih banyak daripada industri *low-profile*.

c. Hubungan umur perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Umur perusahaan sebagai bagian dari perusahaan yang merupakan *potential determinant* dari praktek pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Umur perusahaan dapat diartikan berapa lama perusahaan beroperasi, mulai dari awal berdirinya sampai saat sekarang ini.

Menurut Daljono dalam Kusuma (2001:61-75) semakin panjang umur perusahaan maka *semakin* banyak informasi yang dihasilkan. Pada kondisi normal perusahaan yang telah lama berdiri akan mempunyai pengelolaan informasi akuntansi lebih baik daripada perusahaan yang baru berdiri.

Gray et al (1995) yang memberikan kesimpulan sementara bahwa umur perusahaan mungkin berhubungan dengan pengungkapan tanggung

jawab sosial perusahaan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Yuningsih (2003) menemukan bahwa umur perusahaan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Surabaya.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai CSR telah banyak dilakukan di berbagai negara dan dalam kurun waktu yang berbeda. Pada umumnya penelitian tersebut meneliti karakteristik perusahaan yang diduga memiliki hubungan dengan praktek pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan yang merupakan sumber informasi penting bagi stakeholder dalam menilai kinerja.

Di Indonesia penelitian mengenai ukuran perusahaan dan pengungkapan CSR menunjukkan hasil yang beragam. Penelitian yang dilakukan Sembiring (2005) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Namun penelitian yang dilakukan Anggraini & Reni (2006) tidak berhasil menemukan hubungan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan CSR.

Hackston dan Milne (1996) menyajikan bahwa bukti empiris yaitu profil perusahaan berhubungan dengan jumlah pengungkapan. Tipe industri menunjukkan hasil bahwa terdapat hubungan yang lebih kuat antar perusahaan dengan tanggung jawab sosial perusahaan dalam industri yang *high-profile* dibandingkan dengan industri yang *low-profile*. Tipe industri yang termasuk

dalam industri *high-profile* akan memberikan informasi sosial lebih banyak dibandingkan industri *low-profile*. Penelitian Utomo (2000) menemukan bahwa tipe industri berkorelasi dengan pengungkapan informasi CSR.

Gray et al (1995) yang memberikan kesimpulan sementara bahwa umur perusahaan mungkin berhubungan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Yuningsih (2003) menemukan bahwa umur perusahaan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Surabaya.

C. Kerangka Konseptual

Pada penelitian ini penulis melakukan penelitian tentang pengaruh ukuran perusahaan, tipe industri dan umur perusahaan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Kerangka konseptual ini dimaksudkan sebagai konsep untuk dapat menjelaskan, mengungkapkan, dan menunjukkan pengaruh antara ukuran perusahaan, profil perusahaan dan umur perusahaan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berdasarkan batasan dan rumusan masalah.

Dengan adanya Undang-Undang No.40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas pasal 74 mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan, maka setiap perusahaan diwajibkan untuk melakukan kegiatan *corporate social responsibility*. Keputusan ini menuai protes, karena selama ini aktivitas CSR diasumsikan sebagai aktivitas berdasarkan kerelaan dan bukan paksaan.

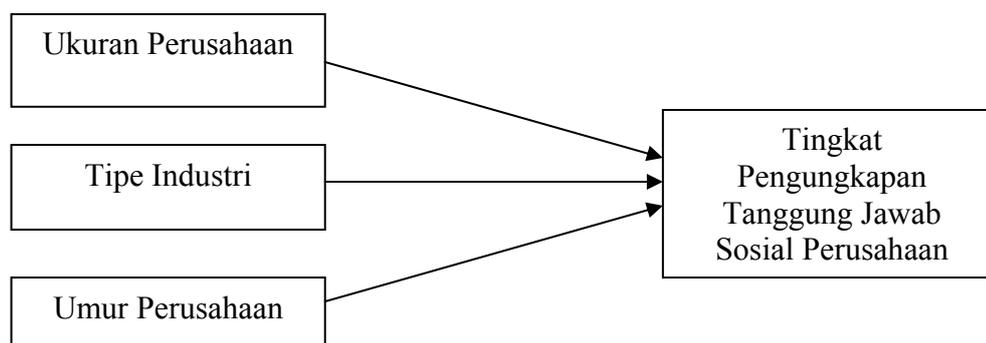
Ukuran perusahaan adalah salah satu variabel yang diduga digunakan untuk melakukan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan pengungkapan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Disamping itu, perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan.

Tipe industri dapat dikaitkan dengan variasi dampak perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat. Industri *high-profile* diyakini melakukan pengungkapan sosial yang lebih banyak daripada industri *low-profile*. Hal ini berhubungan dengan sifat dari industri suatu perusahaan yang telah diidentifikasi sebagai faktor yang potensial menentukan praktek pengungkapan biaya sosial perusahaan. Perusahaan yang aktivitas ekonominya mengolah lingkungan (*high-profile*), lebih cenderung mengungkapkan informasi tentang pengaruh aktivitasnya terhadap lingkungan daripada industri lainnya. Sementara itu perusahaan yang berorientasi pelanggan (*low-profile*) menunjukkan perhatian yang lebih besar dengan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat, untuk meningkatkan *image* perusahaan dan pengaruh pada penjualan.

Dalam kondisi normal, perusahaan yang telah lama berdiri mempunyai pengalaman dan publikasi perusahaan yang lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan yang masih baru. Dengan demikian, umur perusahaan

dalam pengungkapan CSR berarti lamanya perusahaan beroperasi, dengan lamanya perusahaan beroperasi maka semakin banyak informasi tentang pengungkapan CSR dihasilkannya.

Untuk lebih jelas kaitan antara variabel-variabel dalam penelitian ini dapat digambarkan skema konseptual sebagai berikut:



Gambar. 1

Kerangka Konseptual

D. Hipotesis

Berdasarkan perumusan masalah, kajian teoritis dan kerangka konseptual di atas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

- H1: Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
- H2: Perusahaan *high profile* lebih banyak melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan daripada perusahaan *low profile*.
- H3: Umur perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

BAB V

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN PENELITIAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk melihat sejauh mana pengaruh ukuran perusahaan, tipe industri dan umur perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan yang terdaftar di PT Bursa Efek Indonesia pada tahun 2006 dan tahun 2007. Berdasarkan hasil temuan penelitian dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada PT Bursa Efek Indonesia. Hal ini berarti semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Perusahaan *high profile* lebih banyak melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada PT Bursa Efek Indonesia daripada perusahaan *low profile*. Hal ini berarti semakin *high profile* suatu perusahaan maka akan semakin besar tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
3. Umur perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada PT Bursa Efek Indonesia, sehingga hipotesis penelitian yang telah dirumuskan tidak sesuai dengan hasil penelitian.

B. Keterbatasan

Meskipun peneliti telah berusaha merancang dan mengembangkan penelitian sedemikian rupa, namun masih terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, diantaranya yaitu:

1. Periode penelitian ini hanya dilakukan selama 2 tahun (2006 dan 2007).

Dengan adanya keterbatasan rentang waktu tersebut, maka penelitian ini kurang dapat digeneralisasi dengan baik. Diharapkan untuk penelitian sejenis dapat menambah rentang waktu penelitian dan variabel penelitian.

2. Berdasarkan data yang diperoleh dari sumber yang digunakan menunjukkan masih banyak data yang hilang atau kurang lengkap sehingga memperkecil sampel yang digunakan. Untuk itu, pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperoleh data dari sumber yang lebih lengkap dan akurat.

C. Saran Penelitian

Adapun saran-saran yang dapat penulis berikan yang berhubungan dengan keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. 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.

2. 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.
3. Bagi peneliti lain yang tertarik untuk meneliti judul yang sama maka peneliti menyarankan untuk menggunakan instrumen yang cocok untuk kondisi indonesia dalam mengukur pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Susanto, AB. 2007. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: The Jakarta Consulting Group.
- Darwin, Ali. 2006. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: EBAR.
- Rudito, Bambang dan Melia Famiola. 2007. *Etika bisnis dan tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia*. Bandung: Rekayasa Sains.
- Cortoda, James. 1996. *TQM Terapan dalam Manajemen Sistem Informasi*. Jakarta: Galia Indonesia.
- Sembiring, Eddy. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan CSR: Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat di BEJ. *Simposium Nasional Akuntansi VIII*. Solo, 15-16 September.
- Firth and Smith. 1992. *The Accuracy of Profit Forecast Initial Public Offering Prospectus*. *Accounting of Business Research*. Vol.22 No. 87:pp 239-347.
- Gray,R, Kouhy,R and Lavers, S.1995. Methodological Themes: Constructing A Research Data Base Of Social and Enviromental Reporting By UK Companies. *Accounting, Auditing, dan Accountability Journal* vol 8 no.2 , pp 78-101.
- Hackston, David dan Milne; Marcus J. 1996. *Some Determinant Of Social And Environmental, Disclousure In New Zealand Companies, Accounting, Auditing, And Accountability Journal*, vol 9, no 1, pp. 77-108.
- Hendriksen, S Eldon & F Van Breda. 2002. *Accounting Theory*. Terjemahan Hermawan Wibowo. Batam: Interaksara.
- Idris. 2006. *Aplikasi SPSS Dalam Analisis Data Kuantitatif*. Padang: FE UNP
- Ghozali, Imam. 2006. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ambadar, Jackie. 2008. *CSR dalam Praktik di Indonesia*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Hendra, Kartika. 2008. Corporate Social Responsibility (CSR) dan Kinerja Keuangan. Melalui (<http://kartikahendra.blogspot.com>) (24/12/2008)
- Kusuma. 2001. Propesktus Perusahaan dan Keputusan Investasi: Studi Empiris pada Perusahaan di BEJ. *Jurnal Siasat Bisnis*. Vol11 hal 61-75.