

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN PENERAPAN GOOD
CORPORATE GOVERNANCE (GCG) TERHADAP TINGKAT
PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL
PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN
TERDAFTAR DI PT BURSA EFEK
INDONESIA**

SKRIPSI

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



Oleh:

**PEBRINALDI
61029/2004**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2008**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN PENERAPAN *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* (GCG) TERHADAP TINGKAT PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN TERDAFTAR DI PT BURSA EFEK INDONESIA

Nama : PEBRINALDI
Bp / Nim : 2004 / 61029
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi

Disetujui Oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. H. Efrizal Syofyan, SE.Ak, M.Si
NIP. 131875091

Herlina Helmy, SE. Ak
NIP. 132308786

ABSTRAK

PEBRINALDI : “Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap Tingkat Pengungkapan Tanggung jawab Sosial Perusahaan pada Perusahaan Terdaftar di PT. Bursa efek indonesia”

**Pembimbing : I. Dr. H. Efrizal Syofyan, SE.Ak, M.Si
II. Herlina Helmy, SE. Ak**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji (1) Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, (2) Pengaruh penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan terdaftar di PT. Bursa Efek Indonesia.

Jenis penelitian ini digolongkan sebagai penelitian yang bersifat kausatif. Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan terdaftar di PT BEI tahun 2005 dan 2006. Sampel ditentukan berdasarkan metode *purposive sampling*, sebanyak 21 perusahaan dengan 34 unit analisis. Data diperoleh dari pusat Referensi pasar modal PT. BEI, *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD) dan *The Indonesian Institute for Corporate Governance* (IICG). Teknik analisis data dengan menggunakan regresi linear berganda dengan uji statistik F dan uji t.

Hasil penelitian membuktikan bahwa (1) ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (2) Penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

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 BAPEPAM dan Komite Penyusunan SAK sebaiknya bisa mengevaluasi kembali regulasi-regulasi dan standar akuntansi yang telah dikeluarkan yang berkaitan dengan peraturan keterbukaan informasi yang harus disajikan oleh perusahaan emiten dalam laporan tahunannya. 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. Untuk penelitian sejenis agar dapat menambahkan variabel lain independen lain terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap Tingkat Pengungkapan Tanggung jawab Sosial Perusahaan pada Perusahaan Terdaftar di PT. Bursa efek indonesia”**. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Bapak Dr. H. Efrizal Syofyan, SE.Ak, M.Si selaku pembimbing I dan Ibu Herlina Helmy, SE. Ak, selaku 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. Rasa terima kasih yang sama juga penulis ucapkan kepada:

1. Dekan dan Pembantu Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang atas fasilitas dan petunjuk dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Ketua dan Sekretaris Program Studi Akuntansi atas motivasi yang diberikan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Direktur eksekutif beserta jajaran Staf *The Indonesian Institute for corporate Governance* (IICG) 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 segenap keluarga penulis yang telah memberikan kasih sayang, dukungan moril dan materil serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan penyelesaian skripsi ini.
6. Rekan-rekan seperjuangan mahasiswa angkatan 2003 dan 2004 umumnya dan Akuntansi khususnya, atas motivasi, saran dan informasi yang diberikan.
7. Serta semua pihak yang telah membantu dalam proses perkuliahan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu penulis masih membutuhkan kritik dan saran untuk kesempurnaan skripsi ini. Harapan penulis semoga skripsi ini memberi arti dan manfaat bagi kita semua.

Padang, Agustus 2008

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
 BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Pembatasan Masalah	8
D. Perumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian.....	8
F. Manfaat Penelitian	9
 BAB II. KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Teori	10
1. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial	10
a. Pengertian Pengungkapan	10
b. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	11
2. Ukuran Perusahaan	18
a. Gambaran Umum Tentang Ukuran Perusahaan.....	18
b. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung jawab Sosial Perusahaan.....	19
3. Penerapan <i>Good Corporate Governance</i> (GCG).....	20
a. <i>Good Corporate Governance</i> (GCG).....	20
b. Penerapan <i>Good Corporate Governance</i> (GCG).....	24
c. Pengaruh Penerapan <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) Terhadap Pengungkapan Tanggung jawab Sosial Perusahaan	27
4. Temuan Penelitian Sejenis.....	28

B. Kerangka Konseptual	29
C. Hipotesis.....	31
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	32
B. Populasi dan Sampel	32
C. Variabel dan Pengukuran Variabel	34
D. Jenis dan Sumber Data.....	37
E. Teknik Pengumpulan Data	37
F. Teknik Analisis Data	37
G. Defenisi Operasional.....	42
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	44
1. Gambaran Umum PT.Bursa Efek Indonesia (BEI).....	44
B. Deskriptif Variabel Penelitian	45
1. Analisis Deskriptif	45
2. Statistik Deskriptif	52
3. Hasil Uji Asumsi Klasik	53
4. Pengujian Hipotesis	57
C. Pembahasan.....	61
1. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	61
2. Pengaruh Penerapan <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) Terhadap Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	62
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	65
B. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka konseptual.....	31
2. Klasifikasi Keputusan Statistik d	39

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Daftar Perusahaan Yang Di Tetapkan Sebagai unit analisis.....	33
2. Total Item CSR masing-masing sektor industri.....	35
3. Skor maksimal CSR Perusahaan Per industri	47
4. <i>Checklist CSR</i> Perusahaan	48
5. Total Aktiva Perusahaan Sampel	49
6. Hasil CGPI Perusahaan Sampel.....	51
7. <i>Descriptive Statistics</i>	52
8. Uji Normalitas.....	54
9. Uji Multikolinearitas	55
10 Uji Heterokedastisitas	56
11. Uji Autokorelasi.....	57
12. Uji Koefisien Determinasi	58
13. Uji F Statistik	58
14. Uji Regresi Linear Berganda	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Daftar Perusahaan Sampel	70
2. Tabulasi Checklist Item CSR.....	71
3. Tabel Checklist item CSR.....	73
4. Hasil CGPI Perusahaan Sampel	77
5. Uji Asumsi Klasik	79
6. Uji Hipotesis	81
7. ICMD 2007 Perusahaan Sampel.....	82

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Banyak perusahaan telah menggeser paradigma sempit yang menyatakan bahwa orientasi seluruh kegiatan perusahaan hanyalah laba, yaitu ketika aktivitas apapun harus diukur secara finansial. Namun seiring dengan perkembangan wacana ekonomi saat ini, banyak perusahaan nasional ataupun multinasional telah mengklaim bahwa tanggung jawab sosial perusahaannya atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah diimplementasikan dengan baik. Hal ini menunjukkan bahwa laba bukanlah segala-galanya. Karena perusahaan harus mampu *manage* seluruh potensi yang ada pada perusahaan tersebut tidak hanya potensi finansial saja.

Pergeseran paradigma bisnis sekarang ini baik itu global maupun regional menuntut perusahaan lebih kompetitif dan efisien. Dengan semakin besarnya tuntutan tersebut, manajemen sebagai pengemban amanat pemilik dituntut untuk dapat menghasilkan laba sebesar-besarnya. Tapi seiring perubahan lingkungan bisnis maka laba bukanlah jaminan akan kelangsungan hidup perusahaan. Kelangsungan (*Sustainable*) hidup perusahaan merupakan faktor lain yang perlu diperhatikan perusahaan. Demi tercapainya tujuan tersebut perusahaan dapat melakukan berbagai macam cara baik itu pendekatan secara ekonomi maupun perubahan strategi perusahaan. Salah satu pertimbangan untuk kelangsungan tersebut yaitu aplikasi tanggung jawab sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*-CSR). CSR merupakan konsep ketika perusahaan memutuskan secara sukarela untuk memberikan kontribusi kepada masyarakat dengan lebih baik dan lingkungan yang lebih lestari (Wibosono, 2007: 152). Perusahaan diposisikan bukan saja sebagai

entitas bisnis semata tetapi juga sebagai anggota sistem sosial. Karena itu harus disadari pula keberlangsungan hidup perusahaan sangat ditentukan oleh dimensi sosial. Tidak saja sekedar sebagai kegiatan ekonomi untuk meningkatkan keuntungannya tetapi perusahaan juga memiliki tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) saat ini berkembang pesat termasuk di Indonesia. Hal ini sebagai respon dunia usaha dengan melihat aspek lingkungan dan sosial sebagai peluang untuk meningkatkan daya saing serta sebagai bagian dari pengelolaan risiko, menuju *sustainability* (keberlanjutan) dari kegiatan usahanya. Penerapan kegiatan dengan definisi CSR ini di Indonesia baru dimulai pada awal tahun 2000, walaupun kegiatan dengan esensi dasar yang sama telah berjalan sejak tahun 1970-an, dengan tingkat yang bervariasi, mulai dari yang paling sederhana seperti donasi sampai kepada yang komprehensif seperti integrasi ke dalam tata cara perusahaan dalam mengoperasikan usahanya.

Menurut Wibosono (2007: 71), implementasi tanggung jawab sosial (CSR) pada umumnya dipengaruhi oleh faktor-faktor: (1) terkait dengan komitmen pimpinan, (2) ukuran dan kematangan perusahaan, dan (3) regulasi dan sistem perpajakan. Pimpinan perusahaan dapat menjadikan tanggung jawab sosial sebagai suatu bagian dari visi dan misi perusahaan kedepannya dalam pengelolaan perusahaan. Sedangkan Regulasi akan menuntut perusahaan mengimplementasikan tanggung jawab sosial perusahaan berdasarkan serangkaian peraturan yang dikeluarkan pemerintah. Baik itu tata cara pelaporan dan standar pelaporan yang digunakan. Sedangkan sistem perpajakan berpengaruh jika pemerintah Indonesia memberikan keringanan pajak bagi perusahaan yang telah melaksanakan tanggung

jawab sosialnya. Komitmen pimpinan yang ikut berpengaruh terhadap implementasi tanggung jawab sosial perusahaan.

Ukuran perusahaan merupakan faktor lain yang berpengaruh terhadap implementasi tanggung jawab sosial perusahaan terkait kepemilikan sumber daya dari perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan merupakan skala yang membedakan perusahaan yang satu dengan perusahaan lainnya dengan karakteristik yang bisa diukur. Salah satu cara untuk mengukur besar kecilnya suatu perusahaan yaitu dengan melihat total aktiva perusahaan tersebut. Faktor terakhir yang ikut berpengaruh terhadap implementasi tanggung jawab sosial perusahaan yaitu kematangan perusahaan. Kematangan perusahaan terbentuk dari pengalaman perusahaan tentang operasional yang dijalankan perusahaan dari beberapa periode operasi. Terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan besar merupakan perusahaan yang sudah memiliki pengalaman tentang dampak sosial terhadap perkembangan bisnisnya. Beberapa perusahaan besar di Indonesia merupakan perusahaan yang bersaing di pasar internasional. Dengan keadaan ini maka perusahaan besar tersebut dapat menjadikan perusahaan besar lainnya sebagai *Benchmarknya* dalam implementasi CSR di Indonesia. Beberapa perusahaan yang berskala besar tingkat dunia yang telah merasakan manfaat CSR seperti FEDEX, ExxonMobil dan Toyota. Ketiga perusahaan besar tersebut merupakan peringkat lima besar *Wave Rider*. *Wave Rider* merupakan gelombang kepedulian lingkungan atau *green wave*, dan perusahaan yang mampu mengendalikan gelombang itu untuk keseimbangan kepentingan bisnis dan lingkungan (www.csrindonesia.com)

Di Indonesia beberapa perusahaan besar telah melakukan aktivitas yang berbasis sosial tersebut seperti PT.ANTAM, Tbk, PT.Unilever Indonesia, Tbk, serta

PT.Telkom (Susanto, 2007: 155). Namun ukuran perusahaan tidak dapat dijadikan patokan pelaksanaan CSR tersebut. Beberapa perusahaan besar dinilai kurang bertanggungjawab terhadap dampak sosial dari operasionalnya. Berbagai kasus seperti kasus PT.Freeport Indonesia di Papua, kasus TPST Bojong di Bogor, kasus PT Newmont di Buyat, serta kasus PT.Lapindo Brantas di Sidoarjo (Wibisono, 2007: 8).

Akibat diabaikannya pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) selain berakibat pada meningkatnya resiko bisnis dalam jangka panjang juga berakibat pada citra perusahaan. Hal serupa dialami oleh PT. Newmont untuk membangun citra positif terkait pencemaran teluk Buyat. PT. Newmont telah mengeluarkan biaya-biaya untuk reklamasi, pemantauan dan pengelolaan lingkungan terutama pengujian *Toksisitas* terhadap larutan *Tailing* agar tidak melewati ambang batas dan tidak mencemari biota laut. Dr. Tan Malaka, seorang spesialis di bidang okupasi kerja menyatakan bahwa dengan adanya pemeriksaan kesehatan dan pemantauan lingkungan, maka biaya yang dikeluarkan sebenarnya jauh lebih kecil daripada membayar biaya pengobatan seluruh karyawan dan ganti rugi perbaikan lingkungan. Dengan begitu, berarti kegiatan CSR bukan berarti pemborosan keuangan perusahaan tersebut. Selain produktivitas karyawan tetap terjaga, citra positif di mata masyarakat dan akan mulai dirasakan oleh perusahaan tersebut. Inilah yang dilakukan oleh PT. Newmont Nusa Tenggara yang pada tahun 2004 menerima Sertifikat Emas dari Departemen Energi dan Sumber Daya Mineral sebagai wujud pengakuan terhadap prakarsa pencegahan kecelakaan dan kinerja keselamatan yang dicapainya tahun 2003.

Namun sampai saat ini di Indonesia belum memiliki standar laporan tanggung jawab sosial perusahaan seperti halnya laporan keuangan. Sehingga salah satu cara

untuk menilai implementasi tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu melalui pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang terdapat pada *annual report* perusahaan. Akibatnya tanggung jawab sosial tersebut terlepas dari berapa nilai uang yang telah disumbangkan perusahaan terhadap kegiatan sosial dan lingkungan perusahaan. Kendala ini juga terkait dengan rumitnya audit sosial dibanding audit keuangan. Auditor harus memiliki keahlian dan kompetensi dibidang lingkungan dan sosial untuk mengaudit tanggung jawab sosial perusahaan.

Beberapa penelitian di Indonesia yang meneliti hubungan antara ukuran perusahaan dan pengungkapan CSR menunjukkan hasil yang beragam. Sembiring (2003) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR). Namun penelitian yang dilakukan Anggraini & Fr.Reni (2006) tidak berhasil menemukan hubungan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan CSR. Menurut Belkaoui dan Kaprik (1989) perbedaan hasil penelitian terjadi karena perbedaan database ilmiah yang diuji dan perbedaan kerangka konseptual untuk menganalisisnya. Pada penelitian Sembiring (2003) ukuran perusahaan diproksikan dengan *Log On Sales*, sedangkan pada penelitian Anggraini (2006) menggunakan Kapitalisasi pasar. Disamping itu pada penelitian Sembiring (2005) dengan menggunakan kuisioner terhadap 78 perusahaan sampel menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang tercatat di BEJ.

Melihat hasil penelitian yang beragam tersebut, peneliti bermaksud untuk meneliti ulang pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan menggunakan proksi total aktiva. Dengan menggunakan proksi yang berbeda dari penelitian terdahulu diharapkan dapat memberikan suatu

generalisasi hubungan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini juga memasukkan penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) sebagai variabel independen yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut Wibisonono (2007: 12) implimentasi CSR merupakan salah satu bentuk implementasi konsep *Good Corporate Governance*.

Dimana, *Good Corporate Governance* adalah sistem yang dipergunakan untuk mengarahkan dan mengendalikan kegiatan bisnis perusahaan (*Organisation for Economic Co-Operation and Development-OECD* dalam Daniri, 2005: 7). Untuk mewujudkan *Good Corporate Governance* (GCG) tidak terlepas dari prinsip-prinsip dasar pelaksanaan *Good Corporate Governance* (GCG). Adapun prinsip dasar tersebut yaitu *Fairness*, *Transparency*, dan *Accountability* dan *Responsibility*. Semakin baik *Good Corporate Governance* (GCG) suatu perusahaan maka semakin baik pula pelaksanaan prinsip-prinsip *Corporate Governance* tersebut. Terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan maka dari keempat prinsip dasar *Good Corporate Governance* (GCG) tersebut, prinsip yang menjadi landasan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan adalah prinsip *Responsibility*. Semakin tinggi *Responsibility* perusahaan tersebut maka semakin tinggi pula kepedulian perusahaan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan kata lain semakin baik penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) maka semakin baik pula implementasi tanggung jawab sosial perusahaan.

Dalam menilai penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) peneliti menggunakan *Governance Perception Indeks* (CGPI) yang dikeluarkan *The Indonesia Institute for Corporate Governance* (IICG). Sehingga perusahaan yang

masuk kedalam penelitian ini sudah terukur penerapan *Good Corporate Governance* (GCG). Diharapkan sampel penelitian dapat mewakili perusahaan-perusahaan yang telah menerapkan *Good Corporate Governance* (GCG) di Indonesia. Untuk pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, peneliti menggunakan *Corporate Social Responsibility Indeks* (CSRI). Instrumen ini dikembangkan oleh Haniffa, *et al*, (2005). Sedangkan untuk objek penelitian, yaitu perusahaan-perusahaan yang terdaftar di PT. Bursa Efek Indonesia dengan periode 2005 dan 2006.

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini diberi judul “**Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) Terhadap Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka beberapa masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Sejauhmana pengaruh ukuran perusahaan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Sejauhmana pengaruh kematangan perusahaan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawa sosial perusahaan.
3. Sejauhmana pengaruh komitmen pimpinan perusahaan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawa sosial perusahaan.
4. Sejauhmana pengaruh regulasi pemerintah terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawa sosial perusahaan.
5. Sejauhmana pengaruh sistem perpajakan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawa sosial perusahaan.

6. Sejauhmana pengaruh penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini:

1. Sejauhmana pengaruh ukuran perusahaan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Sejauhmana pengaruh penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian sebelumnya, peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Sejauhmana pengaruh ukuran perusahaan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ?
2. Sejauhmana pengaruh Penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ?

E. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk membuktikan:

1. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan
2. Pengaruh penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti, sebagai pemantapan wawasan berpikir antara teori yang pernah diperoleh dengan kenyataan yang ada di dunia usaha dan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada fakultas ekonomi Universitas Negeri Padang.
2. Bagi perusahaan, sebagai bahan pertimbangan dalam penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) maupun penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) kearah yang lebih baik.
3. Sebagai referensi yang bermanfaat untuk peneliti berikutnya untuk melakukan penelitian yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

BAB II

KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

A. Kajian Teori

1. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

a. Pengertian Pengungkapan

Menurut Hendriksen (2002: 428) pengungkapan (*disclosure*) adalah penyajian informasi yang diperlukan dalam laporan keuangan untuk mencapai operasional optimal pasar modal yang efisien. Hal ini menyebabkan informasi yang cukup harus diungkapkan agar dapat dijadikan dasar untuk pengambilan keputusan dan prediksi terhadap pengambilan keputusan dimasa yang akan datang. Dengan informasi tersebut diharapkan pemakai laporan dapat meminimalisir resiko dan menggunakan pertimbangan yang cocok dalam mengambil keputusan.

Menurut Belkaoui (2000: 219) tujuan pengungkapan adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk menjelaskan item-item yang belum diakui dan untuk menyediakan ukuran yang bermanfaat bagi item-item tersebut.
- 2) Membantu investor dan kreditur dalam menentukan resiko dan item potensial untuk diakui dan untuk yang belum diakui.
- 3) Untuk sediakan informasi penting yang dapat digunakan oleh pengguna laporan keuangan untuk membandingkan antar perusahaan dan antar tahun.
- 4) Untuk menyediakan informasi mengenai aliran kas masuk dan kas keluar di masa mendatang.
- 5) Untuk membantu investor dalam menetapkan return dari investasinya.

b. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial kedalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders* yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Darwin, 2004). Wibosono (2007: 152) mendefenisikan CSR sebagai suatu konsep ketika perusahaan memutuskan secara sukarela untuk memberikan kontribusi kepada masyarakat dengan lebih baik dan lingkungan yang lebih lestari.

Versi lain mengenai definisi CSR dilontarkan oleh World Bank (2004).

Lembaga keuangan global ini mendefenisikan CSR:

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

Makna dari itu semua, yaitu CSR merupakan komitmen bisnis untuk berperan mendukung pembangunan ekonomi yang bekerjasama dengan karyawan dan perwakilan komunitas lokal dan masyarakat secara keseluruhan untuk meningkatkan kualitas hidup, dengan cara yang baik untuk bisnis dan perkembangannya.

Dari beberapa pengertian tentang CSR diatas maka dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa CSR merupakan implementasi dari rasa tanggung jawab perusahaan terhadap perbaikan kualitas hidup dan sosial tanpa mengganggu perkembangan bisnis perusahaan.

Pertanggungjawaban sosial perusahaan yang diungkapkan dalam laporan tahunan disebut *sustainability reporting*. Menurut Darwin (2004) *Sustainability reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya dalam konteks pembangunan berkelanjutan. *Sustainability reporting* meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan, dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi (ACCA, 2004). *sustainability report* harus menjadi dokumen strategis yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *sustainability development* yang membawanya menuju kepada *core business* dan sektor industri.

Menurut Zhegal & Ahmed (1990) mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu:

- 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, serta kegiatan sosial.
- 4) Sumber daya manusia, meliputi aktivitas didalam suatu komunitas, dalam kaitan dengan pelayanan kesehatan, pendidikan dan seni.
- 5) Produk, meliputi keamanan produk, pengurangan polusi, dll.

Selanjutnya Sembiring (2005) dengan memodifikasi bentuk pengungkapan sosial Hackston dan Milne (1996) dalam sembiring (2005) sesuai dengan kondisi di Indonesia, bentuk kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan

meliputi:

- 1) Lingkungan, meliputi pengendalian terhadap polusi, pernyataan perusahaan tidak mengakibatkan polusi atau memenuhi ketentuan dan peraturan polusi, reduksi polusi operasi, pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan, konservasi sumber alam, penggunaan material daur ulang, menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan, kontribusi dalam pemugaran bangunan sejarah, pengolahan limbah, mempelajari dampak lingkungan untuk memonitor dampak lingkungan perusahaan, dan perlindungan lingkungan hidup.
- 2) Energi, meliputi konservasi energi, efisiensi energi, memanfaatkan barang bekas untuk memproduksi energi, penghematan energi sebagai hasil daur ulang, membahas upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energi, peningkatan efisiensi energi produk, riset yang mengarah pada peningkatan efisiensi energi produk, dan kebijakan energi perusahaan.
- 3) Kesehatan dan Keselamatan kerja, meliputi mengurangi polusi dan iritasi dalam lingkungan kerja, mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan kesehatan fisik atau mental, statistik kecelakaan kerja, mentaati peraturan standar kesehatan dan keselamatan kerja, menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja, menetapkan suatu komite keselamatan kerja, melaksanakan riset untuk meningkatkan keselamatan kerja, dan pelayanan kesehatan tenaga kerja.
- 4) Lain-lain Tenaga Kerja, meliputi 29 kegiatan yang antara lain perekrutan atau pemanfaatan tenaga kerja wanita/ orang cacat, persentase tenaga kerja wanita/ orang cacat dalam tingkat managerial, tujuan penggunaan tenaga

kerja wanita/ orang cacat dalam pekerjaan, program untuk kemajuan tenaga kerja wanita/ orang cacat, pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu ditempat kerja.

- 5) Produk, meliputi pengembangan produk perusahaan, gambaran riset dan pengembangan produk, informasi proyek riset perusahaan untuk memperbaiki produk, produk memenuhi standar keselamatan, membuat produk lebih aman untuk konsumen, melaksanakan riset dan tingkat keselamatan produk perusahaan, peningkatan kebersihan/ kesehatan dalam pengolahan dan penyiapan produk, informasi atas keselamatan produk perusahaan, informasi mutu produk yang dicerminkan dalam penerimaan penghargaan, informasi yang dapat diverifikasi tentang mutu produk (misalnya ISO 9000).
- 6) Keterlibatan Masyarakat, meliputi sumbangan tunai, sumbangan produk pelayanan masyarakat, pendidikan/ seni, tenaga kerja paruh waktu dari mahasiswa/ pelajar, sponsor untuk proyek kesehatan masyarakat, membantu riset medis, sponsor untuk konferensi pendidikan/ seminar/ pameran seni, memberikan beasiswa, membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat, sponsor kampanye nasional, mendukung pengembangan industri lokal.
- 7) Umum, meliputi pengungkapan tujuan/ kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat, dan informasi berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan selain yang disebutkan diatas.

Untuk melihat mana perusahaan yang mengimplementasikan CSR dengan baik maka dapat dilihat seberapa besar keterlibatan perusahaan dalam

program CSR tersebut. Semakin besar keterlibatan perusahaan tersebut maka semakin banyak pula program-program CSR yang dilakukan pada berbagai bidang operasional perusahaan. Menurut Wibosono (2007: 134) penerapan Program CSR dapat diklasifikasikan kedalam beberapa bidang berikut ini:

- 1) Komunitas dan Masyarakat Luas.
- 2) Program-program karyawan.
- 3) Program-program penanganan pelanggan/ produk.
- 4) Program-program lingkungan.
- 5) Program-program komunikasi dan pelaporan.
- 6) Pemegang saham.
- 7) Program-program pemasok.
- 8) Program tata pamong/ pedoman perilaku.

Grey, *et. al*, (1995) dalam Harahap (2007: 406), mengatakan bahwa sifat dan volume pelaporan mengenai pertanggungjawaban sosial perusahaan bervariasi antar waktu dan antar negara. Hal ini disebabkan isu-isu yang dipandang penting oleh suatu Negara mungkin akan menjadi kurang penting bagi negara lain. Lewis dan Unerman (1999) dalam Komar (2004) mengatakan bahwa variasi pelaporan tersebut disebabkan oleh budaya atau norma yang berlaku pada masing-masing Negara.

Di Indonesia praktek pengungkapan tanggung jawab sosial bukanlah menjadi prioritas utama suatu perusahaan. Hal ini tidak lepas dari sejauh mana umpan balik dari pengungkapan tanggung jawab sosial itu sendiri terhadap kinerja ekonomi perusahaan. Menurut Wibosono (2007: 71), implementasi tanggung jawab sosial (CSR) pada umumnya dipengaruhi oleh faktor-faktor: (1)

terkait dengan komitmen pimpinan, (2) ukuran dan kematangan perusahaan, dan (3) regulasi dan sistem perpajakan.

Dari berbagai kenyataan di atas, eksistensi CSR tersebut bukanlah merupakan satu hal yang tidak mendapat perhatian bisnis. Baik dari manajemen itu sendiri maupun para *stakeholdersnya*. Keterkaitan tersebut dapat dijelaskan dengan teori keagenan. Pada perusahaan yang besar terdapat biaya keagenan yang besar pula. Untuk mengurangi biaya keagenan manajemen dituntut untuk mengungkapkan informasi seluas-luasnya. Baik itu yang bersifat moneter maupun non moneter. Salah satu cara yang ditempuh oleh manajemen untuk meminimalisir biaya keagenan tersebut melalui pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan cara tersebut diharapkan perusahaan mampu membangun *image* baik terhadap *stakeholdersnya* yang bersifat politis. Disamping itu perusahaan besar merupakan emiten yang lebih banyak disoroti oleh media massa (Sembiring, 2003).

Menurut Wibosono (2007: 12) implimentasi CSR merupakan salah satu bentuk implementasi konsep *Good Corporate Governance* (Prinsip *Responsibility*). *Responsibility* perusahaan tidak hanya sebatas bersifat moneter saja. Dengan pedoman pokok pelaksanaan prinsip Responsibilitas tersebut sebagai berikut (KNKG, 2006):

- 1) Organ perusahaan harus berpegang pada prinsip kehati-hatian dan memastikan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan, anggaran dasar dan peraturan perusahaan (*by-laws*).

- 2) Perusahaan harus melaksanakan tanggung jawab sosial dengan antara lain peduli terhadap masyarakat dan kelestarian lingkungan terutama di sekitar perusahaan dengan membuat perencanaan dan pelaksanaan yang memadai.

Perusahaan bertanggungjawab terhadap semua dampak yang ditimbulkannya dari kegiatan bisnis tersebut. Sesuai dengan pengertian perusahaan yang dikemukakan Blair (1995) dalam Arsjah (2005), perusahaan bukan hanya produsen barang dan jasa saja tapi perseroan (Perusahaan) adalah suatu elemen yang dapat menembus semua aspek kehidupan sehari-hari. Konsekuensinya perusahaan sulit untuk berjarak dengannya (Aspek kehidupan) agar dapat melihat mereka dengan jernih (Monks & Minow, 2001 dalam Arsjah, 2005). Perseroan tidak hanya menentukan barang dan jasa apa yang tersedia di pasar, tapi lebih dari institusi manapun. Perseroan bisa menentukan kualitas udara, kualitas air minum, dan bahkan menentukan tempat untuk tinggal. Makna dari itu semua bahwa keberadaan perseroan bukan hanya sebatas produk dan jasa saja namun berakibat juga pada kualitas kehidupan masyarakat sekitar baik langsung atau tidak langsung.

Pelaksanaan CSR akan membawa berbagai manfaat untuk perusahaan. Menurut Susanto (2007: 30), pelaksanaan CSR akan bermanfaat untuk:

- 1) Mengurangi resiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima perusahaan.
- 2) Pelindung dan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis.
- 3) Meningkatkan loyalitas karyawan dan kebanggaan karyawan terhadap perusahaan.

- 4) Memperbaiki dan mempererat hubungan perusahaan dengan para *stakeholders*.
- 5) Meningkatkan penjualan.
- 6) Insentif-insentif lainnya seperti pajak dan perlakuan khusus lainnya.

2. Ukuran Perusahaan

a. Gambaran Umum Tentang Ukuran Perusahaan

Secara umum ukuran dapat diartikan sebagai suatu perbandingan besar atau kecilnya suatu objek. Di dalam kamus umum bahasa Indonesia, ukuran 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.

Berbagai cara dapat dilakukan untuk mengklasifikasikan ukuran perusahaan yaitu jumlah karyawan, jumlah penjualan, kapitalisasi pasar, dan total aktiva. Setiap perusahaan memiliki karakteristik tertentu. 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 lama, selain itu juga mencerminkan bahwa perusahaan relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibanding perusahaan dengan total *asset* yang kecil (Daniati & Suhairi: 2006).

Total aktiva merupakan salah satu dasar penentuan ukuran perusahaan (Machfoedz & Liauw, 1998). Total aktiva adalah harta yang dimiliki perusahaan yang berperan penting dalam operasional perusahaan sesuai kelompok dari aktiva tersebut. Menurut APB Statement dalam Harahap (2007: 205), *Asset* (aktiva) adalah: kekayaan ekonomi perusahaan termasuk didalamnya pembebanan yang di tunda, 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.

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.

b. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Keberadaan lingkungan eksternal dalam dunia perusahaan merupakan salah satu faktor penting yang diperhatikan perusahaan. Hal ini tidak lepas dari aktivitas operasional perusahaan tersebut. Semakin besar perusahaan maka semakin besar pula lingkup usahanya. Terutama lingkungan eksternal serta semakin banyak pula *stakeholders* yang ikut terlibat dalam suatu perusahaan.

Menurut Copeland (1999: 9), salah satu aspek penting dari tujuan perusahaan dan manajemen keuangan adalah pertimbangan terhadap tanggung jawab sosial. Adapun lingkup tanggung jawab sosial disini yaitu tanggung jawab terhadap lingkungan, energi, praktik bisnis, sumber daya manusia, dan produk.

Lingkup tersebut tidak lepas dari aktivitas bisnis yang dilakukan oleh perusahaan. Baik menyangkut dampak terhadap lingkungan, pemberdayaan energi, serta pemberdayaan terhadap sumber daya yang digunakan oleh perusahaan.

Salah satu pandangan yang mengharuskan melakukan aktivitas sosial yaitu tanggung jawab sosial dipandang sebagai investasi sosial (Belkaoui, 2000: 231). Dengan demikian untuk perusahaan yang besar diperlukan biaya investasi yang besar pula. Dengan melihat pengungkapan tanggung jawab sosial tersebut maka dapat dilihat investasi perusahaan untuk jangka panjang. Harapan investasi tersebut memberi manfaat yang besar pada perusahaan serta demi kelangsungan dari perusahaan tersebut. Hal ini sejalan dengan pendapat Wibosono (2007: 76), perusahaan meyakini bahwa program CSR merupakan investasi demi pertumbuhan dan keberlanjutan (*Sustainability*) usaha.

Dengan pertimbangan biaya CSR ini bertujuan untuk menutup resiko yang ditimbulkan bila CSR diabaikan dimasa yang akan datang. Resiko tersebut bukan hanya resiko finansial juga mencakup resiko non-finansial, meliputi citra perusahaan dan kepercayaan masyarakat kepada perusahaan.

3. Penerapan *Good Corporate Governance* (GCG)

a. *Good Corporate Governance* (GCG)

Indonesia mulai menerapkan prinsip GCG sejak menandatangani *Letter Of Intent* (LOI) dengan *International Monetary Fund* (IMF) yang salah satu bagian pentingnya adalah pencantuman jadwal perbaikan pengelolaan perusahaan (*Corporate Governance*) di Indonesia. Sejalan dengan langkah tersebut, pada tahun 1999, Pemerintah melalui Kep-10/M.EKUIIN/08/1999

membentuk suatu lembaga yaitu Komite Nasional Kebijakan Governance (KNKG). Komite ini bertugas untuk merumuskan dan menyusun rekomendasi kebijakan nasional tentang *Corporate Governance* (CG), antara lain meliputi *Code for Good Corporate Governance*. Selanjutnya Komite secara berkesinambungan bertugas memantau perbaikan di bidang *Corporate Governance* (CG) di Indonesia.

Sektor swasta dan kalangan masyarakat juga memiliki inisiatif untuk membantu upaya mensosialisasikan *Corporate Governance* (CG) di Indonesia dengan terbentuknya beberapa lembaga, antara lain: *Forum for Corporate Governance in Indonesia* (FCGI), *Indonesian Institute for Corporate Directorship* (IICD), Lembaga Komisaris dan Direktur Indonesia (LKDI), *Indonesian Society of Independent Commissioners* (ISICOM), KADIN Indonesia Komite Tetap GCG, Ikatan Komite Audit Indonesia (IKAI) dan *The Indonesian Institute for Corporate Governance* (IICG). Masing-masing lembaga tersebut mempunyai aktivitas yang berbeda namun tujuan yang sama, yaitu membantu pemerintah mensosialisasikan penerapan *Corporate Governance* (CG) di Indonesia.

Komite Nasional Kebijakan Governance (KNKG) adalah sebuah lembaga tingkat nasional di Indonesia. Lembaga ini telah mengadopsi pedoman dari *Organisation for Economic Co-Operation and Development* (OECD) untuk acuannya dalam mengeluarkan pedoman *Good Corporate Governance* (GCG) bagi perseroan-perseroan di Indonesia. Komponen-komponen utama yang diusulkan oleh *Organisation for Economic Co-Operation and Development* (OECD) adalah *fairness, transparency, accountability* dan *responsibility*. OECD

telah menyampaikan pedoman umum tentang prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) yang banyak dijadikan acuan oleh berbagai negara/ institusi, termasuk Indonesia.

Kata *Governance* berasal dari bahasa Prancis yaitu *Gubernance* yang berarti pengendalian. Selanjutnya kata tersebut dipergunakan dalam konteks kegiatan perusahaan atau jenis organisasi lain (*Corporate*). Pengertian *Good Corporate Governance* (GCG) telah banyak diartikan oleh berbagai pihak baik secara pribadi ataupun atas nama institusi.

Untuk memperoleh gambaran tentang pengertian *good corporate governance*, berikut ini diuraikan pendapat berbagai sumber dalam Daniri (2005:7):

1) Komite Cadbury

Corporate Governance adalah suatu sistem yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan dengan tujuan, agar mencapai keseimbangan antara kekuatan kewenangan yang diperlukan oleh perusahaan untuk menjamin kelangsungan eksistensinya dan pertanggungjawaban kepada *stakeholders*.

2) *The Organisation for Economic Co-Operation and Development* (OECD)

Good Corporate Governance adalah sistem yang dipergunakan untuk mengarahkan dan mengendalikan kegiatan bisnis perusahaan. *Corporate Governance* mengatur pembagian tugas, hak dan kewajiban mereka yang berkepentingan terhadap kehidupan perusahaan, termasuk para pemegang saham, dewan pengurus, para menejer, dan semua anggota *Stakeholders* non-pemegang saham lainnya.

3) Menurut *Forum for Corporate Governance in Indonesia*:

Corporate governance dapat didefinisikan sebagai susunan aturan yang menentukan hubungan antara pemegang saham, manajer, kreditor, pemerintah, karyawan, dan *stakeholder* internal dan eksternal yang lain sesuai dengan hak dan tanggung jawabnya.

4) Bank Dunia (*Word Bank*)

Good corporate governance adalah kumpulan hukum, peraturan, dan kaidah-kaidah yang wajib dipenuhi yang mendorong kinerja sumber-sumber daya perusahaan bekerja secara efisien, menghasilkan nilai ekonomi jangka panjang yang berkesinambungan bagi para pemegang saham maupun masyarakat sekitar secara keseluruhan.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan *Corporate Governance* adalah seperangkat peraturan yang menetapkan hubungan *Stakeholders* perusahaan baik yang bersifat internal dan eksternal sehubungan dengan hak-hak dan kewajiban mereka, untuk menghasilkan nilai ekonomi jangka panjang yang berkesinambungan bagi *stakeholder* perusahaan tersebut.

Penerapan GCG dalam perusahaan tidak terlepas dari pedoman terhadap prinsip-prinsip GCG yang telah ditetapkan. Dalam kegiatannya dengan prinsip *Good Corporate Governance* ini *Organization for Economic Corporation and Development* (OECD) telah mengembangkan *the OECD principles of Corporate Governance*, sebagai berikut :

1) *Fairness*

Fairness merupakan perlakuan yang sama terhadap para pemegang saham, terutama terhadap pemegang saham minoritas dan pemegang saham asing atas kecurangan atau kesalahan *insider*.

2) *Transparency*

Transparency merupakan perlakuan perusahaan untuk dapat memberikan informasi yang dibutuhkan oleh seluruh *stakeholder*.

3) *Accountability*

Prinsip ini menekankan pada penciptaan sistem pengawasan yang efektif dengan melakukan pembagian kekuasaan antara Dewan Komisaris, Direksi, dan pemegang saham. Sistem pengawasan tersebut meliputi monitoring, evaluasi, dan pengendalian terhadap manajemen untuk meyakinkan bahwa manajemen bertindak sesuai dengan kepentingan pemegang saham dan pihak yang berkepentingan lainnya.

4) *Responsibility*

Responsibility merupakan tanggung jawab perusahaan sebagai anggota masyarakat untuk mematuhi peraturan-peraturan yang berlaku dan pemenuhan terhadap kebutuhan-kebutuhan sosial.

Menurut Komite Nasional Kebijakan Governance (KNKG, 2006)

Prinsip Dasar Responsibilitas (*Responsibility*) yaitu:

Perusahaan harus mematuhi peraturan perundang-undangan serta melaksanakan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sehingga dapat terpelihara kesinambungan usaha dalam jangka panjang dan mendapat pengakuan sebagai *good corporate citizen*.

b. Penerapan *Good Corporate Governance* (GCG)

Untuk menilai penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) perusahaan publik di Indonesia sudah ada lembaga independen yang melakukan deseminasi dan pengembangan *Good Corporate Governance* (GCG) yaitu *The Indonesia Institute for Corporate Governance* (IICG). Kegiatan utama yang dilakukan lembaga ini adalah melaksanakan riset penerapan GCG, yang hasilnya berupa *Corporate Governance Perception Index* (CGPI). Cakupan penilaian dan aspek yang diukur dalam CGPI adalah pengembangan alat ukur yang dimiliki IICG,

pedoman dan prinsip yang *Corporate Governance* (CG) yang diterbitkan *Organization for Economic Corporation and Development* (OECD) dan dari berbagai sumber, serta perangkat hukum yang mengatur tentang penerapan prinsip-prinsip GCG. Metode riset yang dipakai meliputi empat tahapan yang melibatkan pihak internal dan eksternal *stakeholders* perusahaan. Tahapan tersebut meliputi:

- 1) Tahap pertama: Penyebaran dan pengisian kuesioner (*self-assessment*). Pada tahap ini dilakukan pengisian kuesioner oleh responden dengan melibatkan anggota Komisaris, Komisaris Independen, Direktur, Komite Audit, Komite Fungsional lainnya, anggota perusahaan setingkat manajerial dan non manajerial, serikat pekerja, investor institusi, minoritas dan individu, anak perusahaan asuransi, lembaga pembiayaan, pemasok, Auditor internal dan eksternal serta pelanggan.
- 2) Tahap Kedua: Pemeriksaan kelengkapan dokumen
Dokumen yang dipersyaratkan sekurang-kurangnya 29 dokumen mencakup dokumentasi dalam adaptasi dan penjabaran prinsip-prinsip konsep *Corporate Governance* yang dipergunakan dalam mekanisme pengelolaan perusahaan.
- 3) Tahap ketiga: Penyusunan makalah
Setiap peserta *Corporate Governance Perception Index* (CGPI) menyusun makalah dengan sistematika yang telah ditentukan, untuk membantu pihak perusahaan memaparkan upaya-upaya yang telah dilakukan dalam menerapkan *Corporate Governance*.

4) Tahap keempat: Observasi

Observasi dilakukan dengan mengklarifikasi atau pemastian terhadap praktik *Corporate Governance* yang dijalankan perusahaan peserta CGPI tersebut.

Adapun cakupan penilaian CGPI yang dilakukan oleh The *Indonesian Institute For Corporate Governance* (IICG), yaitu:

- 1) Komitmen terhadap tata kelola perusahaan.
- 2) Transparansi.
- 3) Akuntabilitas.
- 4) Responsibilitas.
- 5) Independensi.
- 6) Keadilan.
- 7) Kompetensi
- 8) Pernyataan misi perusahaan.
- 9) Kepemimpinan.
- 10) Kolaborasi staf

Hasil akhir dari *Corporate Governance perception index* (CGPI) yaitu berupa skor dan pemeringkatan berdasarkan persepsi penerapan konsep *Corporate Governance* pada perusahaan peserta CGPI. Berdasarkan skor yang diperoleh peserta CGPI maka dapat dikelompokkan; (1) Cukup terpercaya rentangnya 55-69, (2) Terpercaya rentangnya 70-84, (3) Sangat Terpercaya rentangnya 85-100. Selanjutnya hasil riset dan pemeringkatan ini dipublikasikan oleh majalah SWA dan IICG secara nasional dan internasional.

c./ Pengaruh penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab sosial Perusahaan

Keterkaitan *Good Corporate Governance* (GCG) dengan pengungkapan tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility*-CSR) tidak terlepas dari pelaksanaan prinsip-prinsip utama dalam pencapaian *Good Corporate Governance* (GCG). Prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) yang terkait tersebut yaitu prinsip *Responsibility*. Prinsip *Responsibility* bertujuan memastikan dipatuhinya peraturan serta ketentuan yang berlaku sebagai cerminan dipatuhinya nilai-nilai sosial (OECD *Business Sector Advisory Group on Corporate Governance*, 1998). Disini tanggung jawab tersebut diarahkan pada seluruh *stakeholders*, baik itu pemerintah, etika sosial dan dijaminnya kepatuhan terhadap aturan-aturan yang berlaku.

Selaras dengan pernyataan studi tentang hubungan tersebut, Blair (1995) dalam Arsjah (2005), berpendapat bahwa pemilik perseroan bukanlah para pemegang saham. Hal ini sesuai dengan teori stakeholder, Clarkson (1994) dalam Arsjah (2005) menyatakan bahwa yang disebut “perusahaan” adalah suatu sistem *stake holders* (pemangku kepentingan) yang beroperasi dalam sistem yang lebih besar dari suatu masyarakat yang menyediakan infrastruktur hukum dan pasar yang diperlukan untuk kegiatan perusahaan. Tujuan perusahaan adalah untuk menciptakan kekayaan atau nilai bagi pemangku kepentingannya dengan cara mengubah *stakes* (taruhan) mereka menjadi barang dan jasa.

Dengan melihat polemik di atas maka tuntutan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) memerlukan satu sistem penunjang yang dapat mendorong pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tersebut. Salah satu sistem

yang dapat dijadikan penopang hal tersebut berupa implementasi dari prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* (GCG). Konsep tersebut berupa dilaksanakannya prinsip-prinsip GCG. Adapun prinsip GCG yang berkaitan erat dengan implementasi CSR yaitu prinsip Responsibilitas. Menurut Yustianda & Indra (2006: 103), kepentingan masyarakat konsumen berkesesuaian dengan dengan prinsip responsibilitas, bahwa perusahaan bertanggung jawab penuh terhadap produk yang mereka keluarkan. Responsibilitas yang dimaksud disini yakni terhadap lingkungan hidup dan perlindungan konsumen.

Dengan kata lain dalam GCG tidak hanya memperhatikan nilai ekonomis dari kegiatannya tapi juga nilai tambah, keseimbangan kepentingan *stakeholders* dan kepatuhan terhadap peraturan dan norma yang berlaku. *Stakeholders* disini meliputi karyawan, supplier, masyarakat, pemerintah dan pihak eksternal lainnya. Dengan demikian tujuan akhir dari perusahaan tersebut dapat terpenuhi untuk kelangsungan hidup perusahaan.

4. Temuan Penelitian Sejenis

Studi tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan relatif baru dilakukan di Indonesia. Sebagian besar penelitian berfokus pada hubungan potensial antara kinerja sosial dengan kinerja keuangan dengan hipotesis bahwa keduanya dapat berhubungan secara positif dan negatif (Alexandor dan Bucholz, 1978 dalam Sembiring, 2003)

Dalam penelitian Belkaoui dan Karpik (1989) ditemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sama halnya dengan hasil penelitian Belkoui dan Karpik

(1989), penelitian Sembiring (2003) juga berhasil membuktikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Utomo (2000) menemukan bahwa Ukuran perusahaan, profitabilitas, dan profil industri berkorelasi positif dengan pengungkapan informasi CSR

Selanjutnya pada penelitian sembiring (2005) membuktikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini menggunakan proksi ukuran perusahaan yaitu jumlah tenaga kerja sedangkan penelitian sebelumnya (Sembiring, 2003) ukuran perusahaan diproksikan dengan *log of net sales*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Anggraini & Fr. Reni (2006) pada 1188 sampel perusahaan yang tercatat di BEJ 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.

Faktor-faktor *corporate governance* juga dikorelasikan dengan tingkat pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan perusahaan. Ukuran dewan komisaris, ukuran komite audit, kualitas auditor eksternal, dan struktur kepemilikan berkorelasi positif dengan pengungkapan CSR (Haniffa, *et al*, 2005; Sembiring, 2005; Anggraini, 2006; Sayekti, 2006).

B. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual ini dimaksudkan sebagai konsep untuk menjelaskan, mengungkapkan dan menentukan persepsi keterkaitan variabel yang diteliti berdasarkan batasan dan rumusan masalah. Keterkaitan maupun hubungan variabel-variabel yang diteliti diuraikan dengan berpedoman pada kajian teori di atas. Adapun

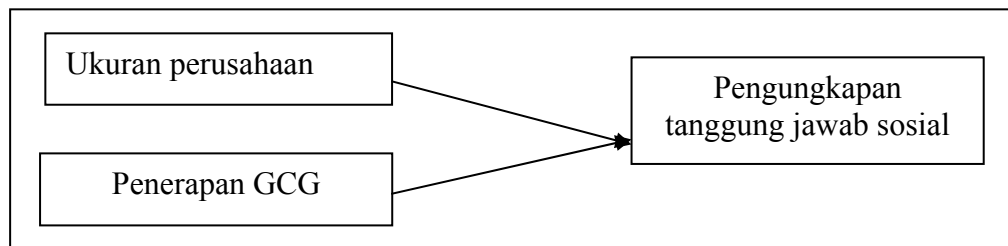
variabel independen dalam penelitian ini yaitu ukuran perusahaan dan Penerapan *Good Corporate Governance* (GCG). Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini yakni pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengungkapan tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility Disclosure*) perusahaan merupakan pengungkapan berkaitan dengan implementasi dari rasa tanggung jawab perusahaan terhadap perbaikan kualitas hidup dan sosial tanpa mengganggu perkembangan bisnis perusahaan. Sebagaimana dikemukakan dalam kajian teori pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan banyak dipengaruhi oleh faktor-faktor ekonomi dan nonekonomi.

Salah satu faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah ukuran perusahaan. Hal ini didasarkan pada teori keagenan bahwa perusahaan yang mempunyai ukuran yang lebih besar cenderung lebih banyak mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial untuk mengurangi biaya keagenannya. Untuk mengurangi biaya keagenan tersebut manajemen dituntut untuk menginformasikan kegiatan bisnisnya seluas-luasnya, termasuk di sini informasi tanggung jawab sosial perusahaan. Variabel lain yang berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yaitu Penerapan *Good Corporate Governance* (GCG). Untuk mewujudkan tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*) maka harus dijalankannya prinsip utama dari *Good Corporate Governance* tersebut. Prinsip-prinsip tersebut terdiri dari *Fairnes*, *Transparency*, *Accountability*, dan *Responsibility*. Terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan maka prinsip yang berkaitan erat yaitu Prinsip *Responsibility*. Prinsip *Responsibility* merupakan prinsip yang menjamin perusahaan untuk mematuhi peraturan perundang-undangan serta melaksanakan tanggung jawab

terhadap masyarakat dan lingkungan sehingga dapat terpelihara kesinambungan usaha dalam jangka panjang dan mendapat pengakuan sebagai *good corporate citizen*.

Untuk lebih jelasnya keterkaitan variabel penelitian ini maka dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1
Kerangka Konseptual

C. Hipotesis

Hipotesis yang akan diuji dan dibuktikan dalam penelitian ini berkaitan dengan ada atau tidaknya pengaruh antara variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Maka hipotesis yang akan diuji dapat dinyatakan sebagai berikut:

H₁: Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan yang terdaftar di PT. BEI.

H₂: Penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) berpengaruh signifikan positif terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan yang terdaftar di PT. BEI.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk melihat sejauh mana pengaruh Ukuran Perusahaan dan penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan yang terdaftar di PT Bursa Efek Indonesia (PT. BEI) tahun 2005 dan 2006. 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 perusahaan terdaftar di PT Bursa Efek Indonesia.
2. Penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan terdaftar di PT Bursa Efek Indonesia

B. Saran

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. Walaupun PT. BEI sampai saat ini belum mewajibkan perusahaan yang terdaftar di PT. BEI untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan.

Namun, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat dilakukan perusahaan sebagai wujud untuk terus memperhatikan nilai-nilai sosial yang berlaku.

3. 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.
4. Bagi BAPEPAM dan Komite Penyusunan SAK sebaiknya bisa mengevaluasi kembali regulasi-regulasi dan standar akuntansi yang telah dikeluarkan yang berkaitan dengan peraturan keterbukaan informasi yang harus disajikan oleh perusahaan emiten dalam laporan tahunannya.
5. 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. Dengan melihat nilai *Adjusted R Square* penelitian ini yang masih rendah maka diharapkan penelitian sejenis agar dapat menambahkan variabel independen lain terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Diharapkan untuk penelitian sejenis dapat menambah rentang waktu penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- ACCA-*The Association of Chartered Certified Accounting*. 2004. An Introduction to Sustainability Reporting for Organisations in Indonesia. Melalui <http://www.accaglobal.com>. [11-04-2008].
- Anggraini, Retno & fr. Reni. 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Informasi Sosial Dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar Pada Bursa Efek Jakarta). *Simposium Nasional Akuntansi IX*. Padang, 23-26 Agustus.
- Arsjah, Reggina Jansen. 2005. Hubungan *Corporate Governance*, Nilai Perusahaan dan Pengelolaan Laba di Bursa Efek Jakarta. *Disertasi*. Jakarta. PPIM-UI.
- Belkaoui, Ahmed & Karpik Philip G.. 1989. Determinant of The corporate Decision to Disclosure Social Information. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol.2, hal 36-51.
- Belkaoui, Ahmed Riahi. 2000. *Teori akuntansi*. Jilid 1. Jakarta: Salemba Empat
- Copeland, E. Thomas & J. Fred Weston. 1999. *Manajemen Keuangan*. Jakarta: Erlangga.
- CSR Indonesia. 2008. Lingkar Studi CSR. Melalui <http://www.csrindonesia.com/data/referensi>. [06-02-2008].
- Daniati, Ninna & Suhairi. 2006. Pengaruh Kandungan Informasi Komponen Laporan Arus Kas, Laba Kotor, Dan *SIZE* Perusahaan terhadap *Expected Return Saham*. *Simposium Nasional Akuntansi IX*. Padang, 23-26 Agustus.
- Daniri, Mas Achmad. 2005. *Good Corporate Governance*. Jakarta: RAI Indonesia.
- Darwin, Ali. 2004. Penerapan Sustainability Reporting di Indonesia. *Konvensi nasional akuntansi V, program profesi lanjutan*. Jogjakarta, 12-15 Desember.
- Ghozali, Imam. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan SPSS*. Semarang. Badan Penerbitan Universitas Diponegoro
- Gujarati, Damodar. 1995. *Basic Economics*. 3rd Ed. New York. Irwin Mc. Grow Hill Books Company
- Haniffa, *et. al*. 2005. The Impact of Culture and Governance on Corporate Social Reporting. *Journal of Accounting and Public Policy* 24. Hal 391-430.
- Harahap, Syofyan Syafri. 2007. *Teori Akuntansi*. Edisi revisi. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.