

**“PENGARUH KINERJA PERUSAHAAN DAN KOMITMEN SOSIAL
PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNGJAWAB SOSIAL”**

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

SKRIPSI

*Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada
Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Padang*



Desi Eviriana

2004/48524

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

2009

PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH KINERJA PERUSAHAAN DAN KOMITMEN SOSIAL PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNGJAWAB SOSIAL (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN *HIGH PROFILE* YANG TERMASUK KATEGORI *LQ 45*)

Nama : Desi Eviriana

BP/NIM : 2004/48524

Program Studi : Akuntansi

Keahlian : -

Fakultas : Ekonomi

Padang, 5 Juni 2009

Disetujui Oleh,

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Syamwil. M. Pd

Nelvrita, SE. AK.M.si

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**Dinyatakan Lulus Setelah diPertahankan di Depan Penguji Skripsi
Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Padang**

**Judul : Pengaruh Kinerja Perusahaan dan Komitmen Sosial
Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab
Sosial (Studi Empiris Pada Perusahaab *High Profile* Yang
Termasuk LQ 45)**

Nama : Desi Eviriana

BP/NIM : 2004/48524

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi

Padang, 5 Juni 2009

Tim Penguji

No	Jabatan	Nama	Tanda Tangan
1.	Ketua	Drs. Syamwil, M.Pd	_____
2.	Sekretaris	Nelvirita, SE. M.Si. Ak	_____
3.	Anggota	Dr. H. Efrizal Syofyan, SE,MSi. Ak	_____
4.	Anggota	Sany Dwita, SE, M.Si.Ak	_____

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat ALLAH S.W.T atas segala rahmat dan karunia NYA, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Kinerja Perusahaan dan Komitmen Sosial Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial”. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada program studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Terimakasih kepada bapak Drs. Syamwil M.Pd. selaku pembimbing I dan Ibu Nelvirita SE,AK, MSi. selaku pembimbing II atas segala bimbingannya dan dorongan serta ilmu yang bermanfaat selama penyelesaian skripsi ini. Selain itu penulis juga mengucapkan terima kasih pada semua pihak-pihak yang telah mendorong penulis untuk menyelesaikan studi dan skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sama kepada :

1. Dekan dan Pembantu dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang atas fasilitas dan petunjuk dalam menyelesaikan skripsi ini.

2. Ketua dan sekretaris program studi Akuntansi atas motivasi yang diberikan dalam menyelesaikan skripsi ini
3. Direktur eksekutif beserta jajaran staf PT. Bursa Efek Indonesia (BEI) Padang, atas fasilitas dan bantuan lainnya dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak dan ibu dosen staf pengajar serta staf pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
5. Kedua orang tua dan seluruh keluarga penulis yang telah memberikan kasih sayang, dukungan moril dan materil serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan skripsi ini.
6. Rekan-rekan seperjuangan mahasiswa angkatan 2003, angkatan 2004 khususnya Akuntansi atas saran, bantuan, motivasi dan informasi yang diberikan.
7. Serta semua pihak yang telah membantu dalam proses perkuliahan yang tidak dapat disebutkan satu persatu

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

Padang, Mei 2009

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR GRAFIK.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi masalah	10
C. Pembatasan Masalah	12
D. Perumusan Masalah	12
E. Tujuan Penelitian	12
F. Manfaat Penelitian	13

BAB II. KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN HIPOTESIS

A. Kajian Teori	14
1. Pengungkapan Tanggung jawab Sosial	14

a. Indeks Pengungkapan Tanggung jawab Sosial	18
b. Tujuan Pengungkapan Tanggung jawab Sosial	18
c. Tema-tema Pengungkapan Tanggung jawab Sosial	20
d. Faktor-faktor yang mempengaruhi Tanggung jawab Sosial	23
2. Tanggung jawab Sosial	24
a. Pengertian Tanggung jawab sosial	24
b. Bentuk-bentuk Keterlibatan Tanggung jawab Sosial	28
c. Manfaat Aktivitas Tanggung jawab Sosial	30
d. Bentuk program/kegiatan Tanggung jawab Sosial	33
e. Strategi Pengelolaan Tanggung jawab Sosial	36
f. Prinsip-prinsip Pelaksanaan Tanggung jawab Sosial	36
g. Indikator Keberhasilan Tanggung jawab Sosial	37
3. Kinerja Perusahaan	38
b. Pengertian Kinerja	38
c. Pengertian Kinerja Perusahaan	38
d. Pengukuran Kinerja Perusahaan	40
4. Komitmen Sosial Perusahaan	41
a. Pengertian Komitmen Sosial Perusahaan	41
b. Pengukuran Komitmen Sosial Perusahaan	42
5. Konsep Perusahaan <i>High Profile</i>	42
6. Hubungan Antara Kinerja Perusahaan dengan Pengungkapan Tanggung jawab Sosial	43
7. Hubungan Antara Komitmen Sosial Perusahaan dengan Pengungkapan Tanggung jawab Sosial	44
B. Penelitian Terdahulu	45
C. Kerangka Konseptual	46
D. Hipotesis	47

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	48
B. Populasi dan Sampel	48

C. Jenis dan Sumber Data	50
D. Teknik Pengumpulan Data.....	50
E. Variabel Penelitian	50
F. Teknik Analisis Data	51
G. Definisi Operasional	56

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	58
1. Gambaran Umum	58
B. Deskriptif Variabel Penelitian	60
1. Analisis Deskriptif	60
2. Statistik Deskriptif	67
3. Hasil Uji Asumsi Klasik	68
4. Pengujian Model Penelitian	71
5. Pengujian Hipotesis	73
C. Pembahasan	75
D. Implikasi	79

BAB V. PENUTUP

A. Kesimpulan	81
B. Keterbatasan	81
C. Saran	82

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel	halaman
1. Tabel Daftar Perusahaan Sampel	49
2. Tabel Penghitungan Indeks Pengungkapan Tanggung jawab Sosial	60
3. Tabel Indeks Pengungkapan tanggung jawab sosial.....	62
4. Tabel Kinerja Perusahaan Berdasarkan Nilai ROE	64
5. Tabel Komitmen Sosial Perusahaan	65
6. Tabel Statistik Deskriptif	67
7. Tabel Uji Normalitas	69
8. Tabel Uji Multikolinearitas.....	70
9. Tabel Uji Heterokedastisitas	70
10. Tabel Koefisien Regresi Berganda	71
11. Tabel Uji Koefisien Determinasi	73
12. Tabel Uji F hitung	74

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR

halaman

1. Gambar Kerangka Konseptual 47

DAFTAR GRAFIK

GRAFIK

	halaman
1. Hasil Uji Normalitas Residual	96
2. Hasil Uji Normalitas Residual	96
3. Hasil Uji Heterokedastisitas	96

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	halaman
1. Daftar Perusahaan Sampel	89
2. ROE Perusahaan Sampel	90
3. Staistik Deskriptif	91
4. Uji Asumsi Klasik	92
5. Daftar <i>Check List</i> Pengungkapan tanggungjawab sosial	98

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Secara umum suatu perusahaan biasanya didirikan untuk jangka waktu yang tidak terbatas dengan tujuan untuk memperoleh laba yang optimal. Laba tersebut diperoleh tergantung dari bagaimana cara yang dilakukan oleh pihak perusahaan dalam mengelola perusahaannya seefektif dan seefisien mungkin sehingga aktivitas dapat berjalan secara optimal. Namun dalam memperoleh laba yang optimal tersebut, perusahaan akan menghadapi tantangan yang tidak hanya berasal dari dalam perusahaan seperti tantangan sumber daya manusia, terbatasnya modal dan menurunnya produktivitas. Tapi juga berasal dari luar perusahaan seperti semakin tingginya tuntutan pelanggan, serta perkembangan teknologi yang semakin canggih sehingga konsekuensi dari hal ini maka perusahaan harus terus berupaya untuk merumuskan dan menyempurnakan strategi-strategi bisnis dalam memenangkan persaingan.

Perusahaan sebagai salah satu entitas bisnis yang terletak di tengah-tengah lingkungan sosial mempunyai peran dan tanggung jawab terhadap lingkungan sosial di sekitarnya. Karena kemajuan dunia usaha saat ini tidak hanya menilai perusahaan sebagai sebuah entitas bisnis dengan tujuan untuk mencari laba yang sebesar-besarnya saja, namun juga menilai tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya. Tanggung jawab sosial perusahaan itu meliputi tanggung jawab sosial perusahaan terhadap

lingkungan hidup, tanggung jawab sosial perusahaan terhadap sumber daya manusia, tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap produk dan jasa yang dihasilkan.

Masyarakat menuntut perusahaan untuk dapat menyajikan laporan aktivitas sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan, sehingga hak masyarakat untuk hidup aman, tentram, damai dapat terpenuhi. Dalam dunia bisnis dikenal akuntansi yang merupakan penyedia informasi dan merupakan alat pertanggungjawaban manajemen yang disajikan dalam bentuk laporan keuangan. Dalam akuntansi konvensional, informasi dalam laporan keuangan merupakan hasil transaksi perusahaan dari pertukaran barang dan jasa antara dua atau lebih entitas ekonomi (Belkoui, 1981:36) sedangkan informasi yang lain diabaikan. Sehingga muncullah konsep akuntansi baru yang disebut sebagai Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial/*Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR merupakan sebuah konsep yang tengah berkembang secara global dan penerapannya telah merambah ke semua sektor industri belakangan mulai disorot.

Munculnya akuntansi pertanggungjawaban sosial tidak terlepas dari kesadaran perusahaan terhadap kepentingan lain selain untuk memaksimalkan laba bagi perusahaan. Perusahaan menyadari bahwa mereka selalu bersinggungan dengan berbagai kontroversi dan masalah sosial sehingga perusahaan mulai memperhatikan hubungan dengan lingkungan sosial. Akuntansi pertanggungjawaban sosial merupakan perluasan pertanggungjawaban organisasi (perusahaan) di luar batas-batas akuntansi

keuangan tradisional, yaitu menyediakan laporan keuangan tidak hanya kepada pemilik modal khususnya pemegang saham. Perluasan ini didasarkan pada anggapan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab yang lebih luas dan tidak sekedar mencari uang untuk para pemegang saham tetapi juga bertanggung jawab kepada seluruh *stakeholders*.

Namun dalam praktiknya, pelaksanaan tanggung jawab sosial belum dijalankan oleh perusahaan dengan baik dan wajar, baik dalam proses penilaian dampak aktivitas sosial maupun dalam pengungkapan laporan pertanggungjawaban sosial. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya konflik yang bermunculan pada perusahaan-perusahaan, seperti demonstrasi, proses yang menyiratkan ketidakpuasan pada pihak perusahaan. Masalah lain yang timbul adalah proses dari berbagai elemen sehingga masyarakat di area sekitar pabrik terganggu akibat limbah/polusi sehingga menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan. Para buruh juga sering melakukan mogok kerja akibat upah dan pemberian fasilitas kesejahteraan yang diberikan perusahaan tidak memberikan rasa keadilan. Oleh karena itu perusahaan harus dapat mengelola dampak dari aktivitas sosial yang timbul sebagai tanggung jawab sosial perusahaan. Mengabaikan tanggung jawab sosial tidak hanya merugikan lingkungan internal dan eksternal perusahaan saja, tetapi juga merugikan perusahaan itu sendiri, karena apabila perusahaan mengabaikan tanggung jawab sosial perusahaan maka hal tersebut akan mengganggu aktivitas perusahaan.

Sebagai bukti nyata terdapat beberapa kasus yang terkait dengan ketidakpuasan publik atas aktivitas perusahaan di Indonesia, seperti yang dilakukan oleh PT. Lapindo Brantas di Sidoarjo, Jawa Timur, Newmont Minahasa Raya di Buyat, Sulawesi, PT. Freeport di Irian Jaya. Sedangkan beberapa perusahaan justru sebaliknya contohnya PT. HM. Sampoerna, Tbk yang mencitrakan dirinya sebagai perusahaan rokok yang menjalankan CSR melalui kepedulian pada pendidikan atau PT. Djarum Kudus melalui program CSR penghijauan dan peduli lingkungan. Hasilnya diharapkan nilai perusahaan akan mengalami peningkatan atau dengan kata lain tujuan finansial perusahaan akan tercapai.

Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan akan diungkapkan kepada publik melalui pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan. PSAK No. 1 tahun 2007 paragraf 9 menyatakan bahwa “Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah, khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting”. Pengungkapan Tanggung jawab Sosial dalam perusahaan terdiri dari empat tema yaitu: Tema Kemasyarakatan, Tema Ketenagakerjaan, Tema Produk dan Konsumen, dan Tema Lingkungan Hidup (Zuhroh dan Sukmawati, 2003). Tema Kemasyarakatan mencakup aktivitas masyarakat yang diikuti oleh perusahaan. Tema Ketenagakerjaan meliputi aktivitas perusahaan pada orang-orang dalam perusahaan. Tema Produk dan

Konsumen meliputi aspek kualitatif suatu produk/jasa yang dihasilkan perusahaan. Tema Lingkungan Hidup meliputi aspek lingkungan dari proses produksi (Zuhroh dan Sukmawati, 2003).

Pengungkapan Tanggung jawab Sosial Perusahaan dalam laporan keuangan adalah pengungkapan yang bersifat wajib. Hal ini terdapat dalam undang-undang No. 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas. Pengungkapan tanggung jawab sosial cenderung dilakukan oleh perusahaan *High Profile*, yaitu perusahaan yang memiliki sensitivitas tinggi/ perusahaan yang memperoleh sorotan dari masyarakat karena aktivitas operasinya memiliki potensi untuk bersinggungan dengan kepentingan luas (Hackstone dan Milne dalam Utomo, 2000). Pengungkapan Tanggung jawab Sosial ini juga cenderung dilakukan oleh perusahaan *high profile* yang termasuk dalam kategori LQ 45, yaitu perusahaan *high profile* yang memiliki tingkat likuiditas tertinggi (saham yang likuid) dibandingkan dengan perusahaan *high profile* lainnya yang tidak termasuk dalam kategori LQ 45.

The Jakarta Consulting Group (2007:22) mengemukakan, tanggung jawab sosial perusahaan ini diarahkan baik ke dalam (*internal*) maupun keluar (*eksternal*). Ke dalam, Tanggung jawab ini diarahkan pada pemegang saham.. Selain kepada pemegang saham, tanggung jawab sosial ke dalam ini juga diarahkan pada karyawan. Untuk itu perusahaan dituntut memberikan kompensasi yang adil serta memberikan peluang pengembangan karir bagi karyawannya. Tanggung jawab sosial keluar berkaitan dengan peran perusahaan sebagai pembayar pajak dan penyedia lapangan pekerjaan,

meningkatkan kesejahteraan dan kompetensi masyarakat serta memelihara lingkungan bagi kepentingan generasi mendatang. Perusahaan juga bertanggung jawab untuk memelihara kualitas lingkungan tempat mereka beroperasi demi peningkatan kualitas hidup masyarakat dalam jangka panjang. Pengungkapan tanggung jawab sosial dipengaruhi oleh beberapa antara lain kinerja perusahaan (Widjaja & Pratama, 2008:19), komitmen perusahaan, regulasi pemerintah dan sistem perpajakan (Wibisono, 2007:71). Tapi dalam penelitian ini hanya akan membahas mengenai kinerja perusahaan dan komitmen perusahaan dalam hal ini komitmen sosial perusahaan.

Kinerja perusahaan merupakan sesuatu yang dihasilkan oleh perusahaan dalam periode tertentu dengan mengacu pada standar yang ditetapkan. Kinerja perusahaan mengandung arti yang sangat kompleks. Kinerja dapat diukur dari segala sudut pandang, dimana kinerja yang dihasilkan umumnya berawal dari bagaimana cara manajer mengambil dan menetapkan suatu keputusan dalam jangka pendek atau jangka panjang. Kinerja perusahaan hendaknya merupakan hasil yang dapat diukur dan menggambarkan kondisi empirik suatu perusahaan dari berbagai ukuran yang disepakati. Untuk mengetahui kinerja yang di capai maka dilakukan penilaian kinerja. Penilaian kinerja merupakan hal yang esensial bagi perusahaan. Untuk memenangkan persaingan global yang semakin ketat ini, kinerja perusahaan haruslah mencerminkan peningkatan dari tahun ke tahun. Apalagi dalam persaingan bisnis yang semakin kompetitif ini, tantangan yang dihadapi perusahaan baik yang terorientasi laba maupun tidak, menjadi semakin

kompleks. Bukti empiris yang ada pada umumnya menunjukkan bahwa perusahaan yang berhasil menyelaraskan strateginya dengan lingkungan eksternal yang dihadapinya akan memperlihatkan kinerja yang lebih baik dibandingkan perusahaan-perusahaan yang kurang berhasil menyelaraskan strateginya (Belkoui dalam Budiasa, 2008).

Para ahli keuangan telah mengembangkan berbagai macam cara untuk mengukur kinerja perusahaan. Salah satu cara yang paling umum adalah dengan menggunakan analisis rasio. Analisis rasio digunakan dalam bentuk rasio finansial, yaitu dengan membandingkan perkiraan yang terdapat dalam laporan keuangan yaitu neraca dan laporan laba rugi. Menurut Tandelilin (2001:204), teknik analisis rasio yang digunakan antara lain dikenal dengan *Return On Assets (ROA)*, *Return On Investment (ROI)*, dan *Return On Equity (ROE)*. *Return on Assets (ROA)* mengukur profitabilitas perusahaan yaitu laba operasi sebelum depresiasi dibagi oleh total asset. *ROA* merupakan suatu rasio penting yang dapat di pergunakan untuk mengukur kinerja perusahaan dengan investasi yang telah ditanamkan (aset yang dimilikinya) untuk mendapatkan laba. Rasio ini berguna untuk mengukur sejauh mana efektivitas perusahaan dalam memanfaatkan sumberdaya yang dimilikinya. *Return On Investment (ROI)* merupakan indikator yang amat penting bagi para pemegang saham dan calon investor untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba atas sejumlah investasi yang dilakukan pemegang saham. Sedangkan *Return On Equity (ROE)* menunjukkan berapa persen diperolehnya laba bersih bila diukur dari modal pemilik, semakin besar semakin bagus. Tapi dalam

penelitian ini peneliti hanya akan menggunakan *Return on Equity (ROE)* untuk mengukur kinerja perusahaan.

Komitmen perusahaan merupakan hal yang sangat penting dalam suatu perusahaan. Karena dengan adanya komitmen yang tinggi dari perusahaan maka perusahaan tersebut dapat mencapai tujuan bisnisnya, pada saat sekarang ini, komitmen perusahaan tidak hanya tertuju pada komitmen finansial tapi juga komitmen sosial (Sri Kuntjoro, 2002:1-2) . Komitmen finansial merupakan tuntutan dari para pemegang saham ataupun investor, sedangkan komitmen sosial merupakan tuntutan dari masyarakat yang menjadi konsumen, keluarga konsumen, calon konsumen, *supplier*, calon *supplier*, investor dan calon investor mereka. Komitmen sosial yang tinggi dari suatu perusahaan dapat diukur dari banyaknya aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan tersebut seperti kepedulian akan masalah masyarakat, karyawan, lingkungan, kesejahteraan konsumen dan lain-lain yang dapat dilihat dari laporan tahunan perusahaan.

Semakin baik kinerja suatu perusahaan maka semakin banyak pula perusahaan tersebut melakukan kegiatan-kegiatan sosialnya yang bertujuan untuk mensejahterakan karyawan, masyarakat serta segala pihak yang berhubungan dengan perusahaan. Kegiatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan itu, kemudian dilaporkan dalam laporan Pertanggungjawaban Sosial atau *corporate social responsibility (CSR)* (Widjaja & Pratama, 2008:19). Hal ini senada dikatakan oleh Belkoui dalam Anggraini (2006), bahwa pengungkapan sosial mempunyai hubungan yang positif dengan kinerja

sosial perusahaan yang berarti perusahaan yang melakukan aktivitas sosial akan mengungkapkannya dalam laporan Pertanggungjawaban Sosial. Sedangkan semakin tinggi dan maksimalnya komitmen sosial yang dimiliki oleh suatu perusahaan, maka akan semakin banyak perusahaan tersebut melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial (Widjaja & Pratama, 2008:81)

Penelitian yang dilakukan oleh Kurniasari (2004) menemukan bahwa Komitmen sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan Tanggung jawab Sosial. Yuningsih (2003) menemukan bahwa skala perusahaan, profitabilitas yang dapat terlihat melalui kinerja perusahaan (*ROA, ROI, ROE*), industri dan umur perusahaan secara simultan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial. Gatoso (2007) menemukan bahwa Kinerja Perusahaan mempengaruhi pengungkapan tanggungjawab sosial. Sedangkan Anggraini (2006) yang meneliti mengenai Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial pada perusahaan-perusahaan yang tergolong *high-profile*, bahwa industri *high-profile* yang memiliki visibilitas konsumen, resiko politis yang tinggi akan cenderung mengungkapkan informasi sosial yang lebih banyak dibandingkan dengan industri *low-profile*.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa semakin baik kinerja perusahaan maka semakin banyak perusahaan tersebut melakukan aktivitas-aktivitas sosialnya dan mengungkapkannya dalam laporan pertanggungjawaban sosial dalam laporan

keuangan perusahaan setiap tahunnya. Begitu juga dengan komitmen sosial perusahaan, semakin tinggi dan maksimalnya komitmen sosial yang dimiliki oleh suatu perusahaan, maka akan semakin banyak perusahaan tersebut melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial (Widjaja & Pratama, 2008:81). Hal ini disebabkan karena pengungkapan Tanggung jawab Sosial menjadi hal yang sangat krusial karena apabila perusahaan mengabaikan tanggungjawab sosialnya otomatis aktivitas perusahaan akan terganggu dan akan menimbulkan konflik dengan pihak-pihak yang terkait dengan perusahaan serta akan memberikan dampak pada kelangsungan hidup perusahaan dimasa datang. Informasi mengenai pelaksanaan aktivitas Tanggung jawab Sosial yang diuraikan dalam laporan tahunan akan mudah dipahami dan tidak menimbulkan masalah bila laporan tersebut dilengkapi dengan Pengungkapan Tanggung jawab Sosial yang memadai. Adapun judul Penelitian ini adalah **“Pengaruh Kinerja Perusahaan dan Komitmen Sosial Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial ”**

B. Identifikasi Masalah

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

1. Sejauhmana kinerja perusahaan dan komitmen sosial perusahaan secara bersama-sama mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial?

2. Bagaimana Kinerja Perusahaan mempengaruhi Pengungkapan Tanggung jawab Sosial?
3. Bagaimana Komitmen Sosial Perusahaan mempengaruhi Pengungkapan Tanggung jawab Sosial?
4. Sejauhmana perusahaan menunjukkan tanggung jawabnya terhadap kepentingan sosial dengan memberikan laporan pertanggungjawaban sosial?
5. Sejauhmana perusahaan menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial di dalam laporan keuangan tahunan?
6. Sejauhmana perusahaan telah melakukan upaya-upaya dalam mengantisipasi masalah yang berkaitan dengan lingkungan hidup yang timbul dari kegiatan operasional perusahaan?
7. Sejauhmana perusahaan telah melakukan upaya-upaya dalam mengantisipasi masalah yang berkaitan dengan sumber daya manusia yang timbul dari kegiatan operasional perusahaan?
8. Sejauhmana perusahaan telah melakukan upaya-upaya dalam mengantisipasi masalah yang berkaitan dengan masyarakat yang timbul dari kegiatan operasional perusahaan?
9. Sejauhmana perusahaan telah melakukan upaya-upaya dalam mengantisipasi masalah yang berkaitan dengan produk dan jasa yang dihasilkan yang timbul dari kegiatan operasional perusahaan?

C. Pembatasan Masalah

Dalam Penulisan skripsi ini penulis membatasi pembahasan pada kinerja perusahaan dengan menggunakan salah satu analisis rasio finansial yaitu *Return On Equity (ROE)* dan komitmen sosial perusahaan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijabarkan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu :

1. Sejauhmana Pengaruh Kinerja Perusahaan dan komitmen Sosial Perusahaan secara bersama-sama terhadap Pengungkapan Tanggung jawab Sosial?
2. Sejauhmana Pengaruh Kinerja Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung jawab Sosial?
3. Sejauhmana Pengaruh Komitmen Sosial Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung jawab Sosial?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui sejauhmana kinerja perusahaan dan komitmen sosial perusahaan secara bersama-sama mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial

2. Untuk mengetahui sejauhmana kinerja perusahaan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial.
3. Untuk mengetahui sejauhmana komitmen sosial perusahaan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial.

F. Manfaat Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang diajukan, maka manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis
 - a. Menambah pengetahuan penulis mengenai topik yang diteliti
 - b. Sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
2. Bagi Lembaga

Diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan yang bermanfaat dan dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh Kinerja Perusahaan dan komitmen sosial perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung jawab Sosial
3. Bagi Institusi

Penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi institusi tentang pentingnya menjaga kelestarian lingkungan hidup, masyarakat, karyawan dalam kegiatan-kegiatan yang dilakukan dengan mengungkapkannya dalam laporan tahunan.

BAB II

KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, HIPOTESIS

A. Kajian Teori

1. Pengungkapan Tanggung jawab Sosial

Pengungkapan (*disclosure*) di definisikan sebagai penyediaan sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal efisien menurut Hendriksen dalam Ali (2004). Dalam interpretasi yang lebih luas, pengungkapan terkait dengan informasi baik yang terdapat dalam laporan keuangan maupun komunikasi tambahan (*supplementary communication*) yang terdiri dari catatan kaki, informasi tentang kejadian setelah tanggal laporan, analisis manajemen atas operasi perusahaan dimasa datang, prakiraan keuangan operasi, serta informasi lainnya menurut Wolk dan Tearney dalam Widiastuti (2000). Pengungkapan Tanggung jawab Sosial merupakan bentuk pengungkapan informasi tanggung jawab sosial berupa aktivitas-aktivitas sosial yang dicantumkan dalam laporan keuangan tahunan perusahaan. Jadi, Pengungkapan Tanggung jawab Sosial perusahaan menurut Hackstone dan Milne (1996) merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan terhadap masyarakat secara keseluruhan.

Pengungkapan tanggung jawab Sosial Perusahaan dalam laporan keuangan adalah pengungkapan yang bersifat wajib. Hal ini terdapat

dalam Undang-undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas ,
yaitu :

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan / berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
2. Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana yang dimaksud oleh ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.

Menurut Estes (1976:58) ada dua teknik dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu :

1. *Narrative Disclosure* yaitu merupakan pengungkapan dalam catatan atas laporan keuangan
2. *Additional Account* atau dibuat dalam perkiraan tambahan, misalnya melalui perkiraan (akun) penyisihan kerusakan lokasi, biaya pemeliharaan lingkungan.

Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan masalah yang timbul terutama dalam kaitannya dengan hal-hal yang tidak dapat di ukur dengan menggunakan bentuk pengukuran yang telah digunakan dalam

akuntansi. Pengungkapan laporan Tanggung jawab Sosial berarti memuat informasi yang menyangkut dampak positif dan negatif yang ditimbulkan oleh perusahaan. Berikut ini contoh laporan keuangan perusahaan yang melakukan aktivitas sosialnya :

PT. ENERGI MEGA PERSADA Tbk
CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN KONSOLIDASI
31 Desember 2007
(Disajikan dalam Rupiah)

Beban Usaha

Rincian Beban Usaha adalah sebagai berikut :

Beban Penjualan

Iklan, pameran, promosi	962.288780.725
Gaji, upah dan kesejahteraan karyawan (Tema Ketenagakerjaan)	427.855.261.954
Transportasi dan pengiriman	83.153.506.866
Komisi Penjualan	61.908.940.483
Perjalanan	56.787.351.848
Royalti	55.534.135.300
Penyusutan	44.974.176.098
Sewa	41.278.662.610
Representasi dan Jamuan (Tema Ketengakerjaan)	36.503.520.233
Penjualan Kanvasing	31.085.546.718
Pos dan Telekomunikasi (Tema Ketenagakerjaan)	26.328.146.856
Bahan Ekspor	25.562.158.314
Pemeliharaan dan perbaikan (Tema Ketenagakerjaan)	22.641.142.947
Peralatan dan perlengkapan	18.120.743.408
Penghapusan Persediaan Honorarium Profesional	16.213.896.094
Riset Pemasaran	15.217.683.324
Air, listrik dan gas	15.010.749.175
Asuransi dan pajak (Tema Ketenagakerjaan)	11.643.716.138
Pensiun (Tema Ketenagakerjaan)	11.452.377.864
Lain-lain (masing-masing < 3 milyar) (Tema Produk & konsumen)	9.880.354.656
Jumlah Beban Penjualan	<u>1.979.034.803.322</u>

Beban Umum dan Administrasi

Gaji, upah dan kesejahteraan karyawan (Tema Ketenagakerjaan)	182.330.065.502
Penyusutan	40.168.453.539
Pemeliharaan dan perbaikan (Tema Ketenagakerjaan)	21.544.270.035
Pos dan Telekomunikasi	16.575.758.087
Honorarium Profesional (Tema Ketenagakerjaan)	16.493.394.601
Peralatan dan perlengkapan	11.199.063.040
Riset Pemasaran	10.379.354.086
Air, listrik dan gas	9.287.248.848
Pelatihan Tenaga Kerja (Tema Ketenagakerjaan & Kemasyarakatan)	9.048.858.416
Sewa Mobil	5.499.273.774
Hubungan Masyarakat (Tema Kemasyarakatan)	5.426.554.506
Asuransi dan pajak (Tema Ketenagakerjaan)	5.208.230.047
Pensiun (Tema Ketenagakerjaan)	4.871.572.103
Lain-lain (masing-masing < 3 milyar) (Tema Produk & konsumen)	59.282.173.283
Jumlah Beban Umum dan Administrasi	397.314.069.867

Beban Riset dan Pemasaran

Gaji, upah dan kesejahteraan karyawan (Tema Ketenagakerjaan)	22.494.331.343
Percobaan Klinis (Tema Kemasyarakatan)	4.462.537.011
Riset Pemasaran	4.124.766.979
Penyusutan	2.063.260.741
Transportasi	2.025.958.910
Bahan Baku	1.642.479.337
Peralatan dan perlengkapan	1.475.051.994
Jasa Profesional (Tema Ketenagakerjaan)	1.230.109.031
Pemeliharaan dan perbaikan (Tema Ketenagakerjaan)	729.458.205
Lain-lain (masing-masing < 3 milyar)	5.679.283.022
Jumlah Beban Riset dan Pemasaran	45.927.236.573

(Sumber : www.idx.co.id)

Pengungkapan Tanggung jawab sosial ini harus menggambarkan bagaimana perusahaan menciptakan nilai dalam konteks yang lebih luas seperti pengembangan komunitas. Dimensi sosial dari *triple bottom line reporting* mencakup hal-hal seperti, informasi mengenai kesegregasian jenis dan *gender*, buruh anak, jam kerja, upah buruh, masalah hak asasi

manusia, keamanan karyawan dan investasi sosial. Dimensi lingkungan hidup mencakup informasi mengenai dampak produk terhadap lingkungan, emisi dan limbah serta perubahan iklim. Dengan keterbukaan ini perusahaan menciptakan suasana kepercayaan dengan para *stakeholder* sehingga apabila terjadi krisis di masa mendatang perusahaan telah mempunyai “tabungan” kepercayaan yang memungkinkan perusahaan untuk mengarungi krisis dengan selamat tanpa terganggu reputasinya.

a. Indeks Pengungkapan Tanggungjawab Sosial

Indeks pengungkapan Tanggung jawab sosial dinotasikan dengan indeks pengungkapan pertanggungjawaban sosial. Anonymous dalam Zuhroh & Sukmawati (2003), indeks pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan luas pengungkapan relatif setiap perusahaan atas pengungkapan sosial yang dilakukannya. Dalam menentukan skor pengungkapan, bersifat dikotomi dimana sebuah item pengungkapan diberi skor 1 (satu) = *yes* jika diungkapkan dan diberi skor 0 (nol) = *no* jika tidak diungkapkan. Rumus Indeks Pengungkapan Tanggungjawab Sosial adalah

Yes = Pengungkapan secara tepat telah dibuat

No = Pengungkapan secara tepat tidak dibuat

b. Tujuan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial

Perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial dengan tujuan untuk membangun *image* pada perusahaan dan mendapatkan perhatian dari masyarakat. Perusahaan memerlukan

biaya dalam rangka untuk memberikan informasi sosial, sehingga laba yang dilaporkan dalam tahun berjalan menjadi lebih rendah. Tanggung jawab sosial timbul jika organisasi memiliki kesadaran bahwa mereka memiliki kewajiban untuk melakukan pertanggungjawaban terhadap lingkungannya.

Ramanathan (1976) dalam Puspitaningrum (2004) mengemukakan tiga tujuan dari pengungkapan Tanggung jawab sosial, yaitu:

1. 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.
2. Untuk membantu menentukan apakah strategi dan praktek perusahaan secara langsung mempengaruhi sumber daya dan status kekuatan dari individu, masyarakat, kelompok sosial, dan generasi yang konsisten dengan prioritas sosial di satu sisi dengan aspirasi individu di pihak lain
3. Untuk menyediakan secara optimal informasi-informasi yang relevan dengan unsur-unsur sosial dalam tujuan, kebijakan, program, kinerja, dan sumbangan perusahaan terhadap tujuan sosial.
4. Untuk meningkatkan keunggulan daya saing perusahaan dalam globalisasi dan/atau perdagangan bebas

Sedangkan menurut *Securities Exchange Commission (SEC)*, tujuan pengungkapan Tanggung jawab sosial menurut Wolk, Francis, Dan Tearay dalam Utomo (2000) adalah :

1. *Protectif Disclosure* maksudnya adalah sebagai upaya perlindungan kepada investor
2. *Informatif Disclosure* bertujuan memberikan informasi yang layak pada pengguna laporan

Kebutuhan akan pengungkapan tanggung jawab sosial/ aktivitas sosial didasari oleh beberapa alasan, Aris (2000:22) yaitu :

1. Perusahaan ada karena diakui keberadaanya oleh masyarakat. Pengakuan itu berupa kepercayaan untuk membeli produk perusahaan / kepercayaan masyarakat untuk menanamkan modal dalam operasi perusahaan
2. Pemahaman adanya kontrak antara perusahaan dan negara
3. Terkait dengan hierarki kebutuhan maslow bahwa kebutuhan merupakan fungsi dari pencapaian ekonomi.
4. Perusahaan harusnya mengakui pentingnya antisipasi opini publik atas masalah sosial

c. Tema-Tema Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Daftar tema Pengungkapan Tanggung jawab Sosial yang digunakan dalam penelitian ini adalah yang pernah digunakan oleh Zuhroh dan Sukmawati (2003) sebanyak empat tema, yaitu :

1. Tema Kemasyarakatan

- a. Dukungan pada kegiatan seni dan budaya
- b. Dukungan pada kegiatan olahraga (*sponsorship*)
- c. Partisipasi pada kegiatan masyarakat sekitar lokasi pabrik
- d. Dukungan ke lembaga kerohanian
- e. Dukungan ke lembaga pendidikan (beasiswa, kesempatan magang, penelitian)
- f. Dukungan ke lembaga sosial
- g. Fasilitas sosial dan fasilitas umum
- h. Prioritas lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar (termasuk pembangunan fasilitas dan motivasi oleh perusahaan untuk berusaha)

2. Tema Produk dan Konsumen

- a. Mutu produk
- b. Penghargaan kualitas (sertifikat kualitas, sertifikat halal, penghargaan)
- c. *Costumer Satisfaction*
- d. Masalah Komputer
- e. Dan lain-lain

3. Tema Ketenagakerjaan

- a. Jumlah tenaga kerja
- b. Keselamatan kerja (kebijakan dan fasilitas keselamatan kerja)
- c. Kesehatan (termasuk dokter dan poliklinik perusahaan)

- d. Koperasi karyawan
 - e. Gaji dan Upah
 - f. Tunjangan dan kesehatan lain (termasuk UMR, bantuan masa krisis, kesejahteraan karyawan, asuransi, dan fasilitas transportasi)
 - g. Pendidikan dan latihan (termasuk kerjasama dengan perguruan tinggi)
 - h. Kesetaraan gender dalam karir dan kerja
 - i. Fasilitas kepribadian (termasuk hari besar agama)
 - j. Cuti karyawan (termasuk cuti yang diperlukan pekerja wanita)
 - k. Pensiun (termasuk pembentukan / pemilihan dana pensiun)
 - l. Serikat pekerja
 - m. Kesempatan kerja bersama
 - n. *Turn over* karyawan
4. Tema Lingkungan Hidup
- a. Kebijakan lingkungan hidup
 - b. Sertifikasi lingkungan dan AMDAL
 - c. Rating (tingkat penghargaan dibidang lingkungan)
 - d. Energi (termasuk energi saving, total energi yang digunakan)
 - e. Pencegahan pengolahan polusi (termasuk pengolahan limbah)
 - f. Dukungan pada konservasi satwa
 - g. Dukungan Konservasi lingkungan

d. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan

Tanggung Jawab Sosial

Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial suatu perusahaan menurut Aris (2000: 23) yaitu :

1. Peraturan pemerintah. Melalui proses legalisasi parlemen / bentuk peraturan yang ditetapkan pemerintah, merupakan suatu hal yang sifatnya memaksa. Karena itu mau tidak mau perusahaan harus mematuhi.
2. Penerapan standar. Adanya standar pelaporan dan pengungkapan khususnya informasi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan oleh berbagai badan pembuat standar akuntansi diberbagai Negara telah meningkatkan *social disclosure*
3. Tekanan *Interst Group*. Persatuan dagang dan serikat pekerja merupakan salah satu contoh dari *interst group* yang cukup banyak memberikan tekanan pada perusahaan agar mengeluarkan *corporate social responsibility (CSR)*
4. Kesadaran Perusahaan. Berdasarkan perspektif ekonomi politik perusahaan akan bersikap proaktif untuk merumuskan pandangan konstituen sosial dan politiknya, dengan demikian perusahaan mengharapkan *image* positif dari masyarakat

2. Tanggung Jawab Sosial

a. Pengertian Tanggung Jawab Sosial

Secara umum Tanggung jawab Sosial merupakan peningkatan kualitas kehidupan mempunyai arti adanya kemampuan manusia sebagai individu anggota komunitas untuk dapat menanggapi keadaan sosial yang ada dan dapat menikmati serta memanfaatkan lingkungan hidup termasuk perubahan-perubahan yang ada sekaligus memelihara atau dengan kata lain merupakan cara perusahaan mengatur usaha untuk memproduksi dampak positif pada komunitas. Atau sebagai proses penting dalam pengaturan biaya yang dikeluarkan dan keuntungan bisnis dari *stakeholders* baik secara *internal* maupun secara *eksternal*.

Pada hakekatnya Tanggung jawab Sosial merupakan suatu mekanisme pengintegrasian isu sosial dan isu lingkungan kedalam operasi perusahaan dan kemudian mengkomunikasikannya dengan para *stakeholder*, untuk itu Tanggung jawab Sosial dianggap sebagai strategi baru untuk meningkatkan daya saing dan kinerja serta bisnis berkelanjutan bagi perusahaan. Pengungkapan Tanggung jawab Sosial merupakan salah satu wujud dari laporan aktivitas perusahaan yang ditujukan pada users, para analisis, banker dan pihak lain yang dilibatkan perusahaan dalam aktivitasnya. Tanggung jawab Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela

mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum menurut Darwin dalam Anggraini (2006). Sedangkan Magnan & Ferrel (2004:457) mendefinisikan CSR sebagai berikut : “*A business act in socially responsible manner when its decision and account for and balanced diverse stakeholders interest*”.

Defenisi ini menekankan perlunya memberi perhatian secara seimbang terhadap kepentingan berbagai *stakeholders* yang beragam dalam setiap pengambilan keputusan dan tindakan yang diambil oleh para pelaku bisnis melalui perilaku yang secara sosial bertanggung jawab. Sebuah perusahaan yang menunjukkan tanggung jawab sosialnya akan memberikan perhatian kepada peningkatan kualitas perusahaan/kinerja perusahaan, masyarakat, khususnya komunitas sekitar (*people*) serta lingkungan hidup (*planet bumi*).

Secara umum *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan peningkatan kualitas kehidupan mempunyai arti adanya kemampuan manusia sebagai individu anggota komunitas untuk dapat menanggapi keadaan sosial yang ada dan dapat menikmati serta memanfaatkan lingkungan hidup termasuk perubahan-perubahan yang ada sekaligus memelihara atau dengan kata lain merupakan cara perusahaan mengatur usaha untuk memproduksi dampak positif pada komunitas. Atau sebagai proses penting dalam pengaturan biaya yang

dikeluarkan dan keuntungan bisnis dari *stakeholders* baik secara *internal* maupun secara *eksternal*. Sebuah definisi yang luas oleh *World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* dalam Susanto, (1997:213) yaitu suatu asosiasi global yang terdiri dari sekitar 200 perusahaan yang secara khusus bergerak dibidang "pembangunan berkelanjutan" (*sustainable development*) yang menyatakan bahwa:

“Corporate Social Responsibility (CSR) adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, komunitas setempat dan komunitas secara keseluruhan dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan”.

Namun menurut *Canadian Business for Social Responsibility*, CSR didefinisikan sebagai : *“A company’s commitment to operating in an economically and environmentally sustainable manner; at the same time, recognize the interests of its stakeholders.”*

Tanggung jawab sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). *Sustainability Reporting* meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi (ACCA, 2004). *Sustainability report* harus menjadi dokumen strategik yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *Sustainability*

Development yang membawanya menuju kepada *core business* dan sektor industrinya. Darwin dalam Anggraini (2006), mengatakan bahwa *Corporate Sustainability Reporting* terbagi menjadi 3 kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial. Sedangkan Zhegal & Ahmed dalam Anggraini (2006) mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu sbb :

- 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, dan lain-lain.
- 3) Praktik bisnis yang wajar, meliputi, pemberdayaan terhadap minoritas dan perempuan, dukungan terhadap usaha minoritas, tanggung jawab sosial
- 4) Sumber daya manusia, meliputi aktivitas di dalam suatu komunitas, dalam kaitan dengan pelayanan kesehatan, pendidikan dan seni.
- 5) Produk, meliputi keamanan, pengurangan polusi, dan lain-lain.

Perkembangan signifikan tanggung jawab sosial perusahaan-perusahaan di Indonesia ditandainya dengan adanya Undang-Undang Tentang Perseroan Terbatas No 40 Tahun 2007 (UU PT), disahkan pada tanggal 20 Juli 2007 yang mengharuskan perseroan untuk melaksanakan tanggungjawab sosial. Pada pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas menyatakan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan atau berkaitan dengan sumber daya

alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban tersebut akan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Dengan adanya ini, perusahaan khususnya perseroan terbatas yang bergerak di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam harus melaksanakan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat.

Menurut Wibisono dalam Anggraini (2006), perusahaan memperoleh beberapa keuntungan karena menerapkan tanggung jawab sosialnya antara lain: untuk mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan *brand image* perusahaan; layak mendapatkan ijin untuk beroperasi (*social license to operate*), mereduksi risiko bisnis perusahaan; melebarkan akses ke sumber daya; membentangkan akses menuju market; mereduksi biaya; memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*, memperbaiki hubungan dengan regulator; dan meningkatkan semangat dan produktifitas karyawan.

b. Bentuk-bentuk Keterlibatan Tanggung Jawab Sosial

Di Amerika Serikat, Kantor Akuntan Ernst & Ernst telah melakukan penelitian sejak tahun 1971 mengenai keterlibatan tanggung jawab sosial suatu perusahaan yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan. Menurut Harahap (2001:362), keterlibatan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan berdasarkan keadaan di negara Indonesia, yaitu:

- 1) Lingkungan hidup, antara lain : pengawasan terhadap efek polusi, perbaikan pengerusakan alam, konservasi alam, keindahan

lingkungan, pengurangan polusi suara, penggunaan tanah, pengelolaan sampah dan air limbah, riset dan pengembangan lingkungan, kerjasama dengan pemerintah dan universitas.

- 2) Kerjasama dengan energi, yaitu antara lain: konservasi dan penghematan energi yang dilakukan oleh perusahaan dalam aktivitasnya.
- 3) Sumber daya manusia dan pendidikan, antara lain: keamanan dan kesehatan karyawan, pendidikan karyawan, kebutuhan keluarga dan rekreasi karyawan, menambah dan memperluas hak-hak karyawan, usaha untuk mendorong partisipasi, pembayaran pensiun, beasiswa, bantuan pada sekolah, pendirian sekolah, membantu pendidikan tinggi, riset dan pengembangan, pengangkatan pegawai dari kelompok miskin, dan peningkatan karir karyawan.
- 4) Praktek bisnis yang jujur, antara lain: memperhatikan hak-hak karyawan wanita, jujur dalam iklan, kredit, *service*, produk, jaminan, mengontrol kualitas produk.
- 5) Membantu masyarakat lingkungan antara lainnya: memanfaatkan tenaga ahli perusahaan dalam mengatasi masalah sosial di lingkungannya, tidak campur tangan dalam struktur masyarakat, membangun klinik kesehatan, sekolah, rumah ibadah, perbaikan desa atau kota, sumbangan kegiatan sosial masyarakat, perbaikan

perumahan desa, bantuan dana, perbaikan sarana pengangkutan pasar.

- 6) Dalam hal produksi, antara lain : menjaga keamanan produksi, mengurangi polusi, menghindari terjadinya keracunan akibat kegiatan produksi.
- 7) Kegiatan seni dan kebudayaan, antara lain: membantu lembaga seni dan budaya, sponsor kegiatan seni dan budaya, penggunaan seni dan budaya dalam iklan, merekrut tenaga yang berbakat dalam seni dan olah raga.
- 8) Hubungan dengan pemegang saham, antara lain: sifat keterbukaan direksi pada semua persero, peningkatan pengungkapan informasi dalam laporan keuangan, pengungkapan keterlibatan perusahaan dalam kegiatan sosial.
- 9) Hubungan dengan pemerintah, antara lain: menaati peraturan pemerintah, membatasi kegiatan lobbying, mengontrol kegiatan politik perusahaan, membantu lembaga pemerintah sesuai dengan kemampuan perusahaan, membantu secara umum peningkatan kesejahteraan sosial masyarakat, membantu proyek dan kebijakan pemerintah, meningkatkan produktivitas sektor informal, pengembangan dan inovasi manajemen.

c. Manfaat Aktivitas Tanggung Jawab Sosial

Dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, perusahaan memfokuskan perhatiannya pada 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 pengembangan usaha dimasa depan, serta membayar pajak kepada pemerintah.

Dengan memberikan lebih banyak perhatian kepada lingkungan sekitar perusahaan dapat ikut berpartisipasi dalam usaha pelestarian lingkungan demi terpeliharanya kualitas kehidupan manusia dalam jangka panjang. Perhatian terhadap masyarakat dapat dilakukan dengan cara melakukan aktivitas-aktivitas serta membuat kebijakan-kebijakan yang dapat meningkatkan kompetensi yang dimiliki diberbagai bidang yang nantinya diharapkan mampu dimanfaatkan bagi peningkatan kualitas hidup masyarakat.

Dari sisi perusahaan, terdapat berbagai manfaat yang diperoleh dari aktivitas Tanggung jawab Sosial (Susanto, 2007:28) yaitu :

1. Mengurangi resiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima perusahaan.

Perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosialnya secara konsisen, akan mendapat dukungan dari masyarakat yang telah merasakan manfaat dari aktivitas yang dijalankannya. Pertanggungjawaban Sosial akan mendongkrak citra perusahaan, yang dalam rentang waktu yang panjang akan meningkatkan reputasi perusahaan. Manakala ada pihak-pihak yang menuduh perusahaan melakukan perilaku serta tindakan yang tidak pantas,

masyarakat akan menunjukkan pembelaannya dan karyawanpun akan ikut membela perusahaan tempat mereka bekerja

2. Berfungsi sebagai pelindung dan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis. Demikian pula ketika perusahaan diterpa isu miring bahkan ketika perusahaan melakukan kesalahan masyarakat lebih mudah memahami dan memaafkannya.

3. Keterlibatan dan kebanggaan karyawan

Karyawan akan merasa bangga bekerja pada perusahaan yang memiliki reputasi yang baik, yang secara konsisten melakukan upaya-upaya untuk membantu meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Kebanggaan ini pada akhirnya akan melahirkan loyalitas sehingga mereka lebih termotivasi untuk bekerja lebih keras demi kemajuan perusahaan. Hal ini akan berujung pada peningkatan kinerja dan produktivitas.

4. Tanggung jawab Sosial yang dilaksanakan secara konsisten akan mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan para *stakeholdersnya* dan merasa nyaman menjalin hubungan dengan perusahaan.

Pelaksanaan Tanggung jawab Sosial secara konsisten menunjukkan perusahaan memiliki kepedulian terhadap pihak-pihak yang selama ini berkontribusi pada perusahaan. Hal ini mengakibatkan para *stakeholders* senang.

5. Meningkatnya penjualan

Konsumen akan lebih menyukai produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang konsisten menjalankan tanggung jawab sosialnya sehingga memiliki reputasi yang baik

6. Insentif-insentif lainnya seperti insentif pajak dan berbagai perlakuan khusus lainnya.

7. Hal ini perlu dipikirkan guna mendorong perusahaan agar lebih giat lagi menjalankan tanggung jawab sosialnya.

Sedangkan manfaat Tanggung jawab Sosial bagi pemerintah adalah memiliki partner dalam menjalankan misi sosial dari pemerintah dalam hal tanggung jawab sosial.

d. Bentuk Program / Kegiatan Tanggung Jawab Sosial

Menurut Gloutie dalam Zuhroh (2003) program-program atau kegiatan yang diungkapkan dalam Tanggung jawab sosial adalah:

1) Kemasyarakatan

Perusahaan dapat melaksanakan program tanggung jawab sosialnya ke masyarakat berupa aktivitas di bidang pendidikan dan kesehatan. Dalam bidang pendidikan, yang dapat diberikan oleh perusahaan berupa pemberian beasiswa kepada siswa-siswa berprestasi ataupun siswa yang tidak mampu, ataupun sumbangan untuk penyediaan sarana dan prasana sekolah. Dibidang kesehatan, perusahaan biasanya memberikan bantuan penyediaan sarana dan

prasarana kesehatan seperti puskesmas, program khitanan masal, imunisasi untuk masyarakat umum dan program lainnya.

2) Ketenagakerjaan

Tema yang dapat diambil dalam program pertanggung jawaban sosial ini merupakan semua aktivitas perusahaan yang ditujukan pada orang-orang dalam perusahaan sendiri. Aktivitas tersebut meliputi rekrutmen, program pelatihan, gaji dan tunjangan, mutasi dan promosi, dan lainnya. Karyawan merupakan sumber daya penting dalam pencapaian tujuan perusahaan, oleh karena itu perusahaan berkewajiban untuk memperhatikan dan meningkatkan kualitas maupun kesejahteraan karyawan. Peningkatan kualitas sumber daya manusia yang sering dilakukan oleh perusahaan adalah pengadaan pelatihan-pelatihan baik diselenggarakan sendiri oleh perusahaan maupun mengikutkan karyawan pada pelatihan atau seminar yang diadakan oleh pihak lain. Aspek perpajakan apabila pelatihan karyawan yang diadakan sendiri oleh perusahaan

3) Produk dan Konsumen

Program pertanggungjawaban sosial ini melibatkan aspek kualitatif suatu produk atau jasa, antara lain kegunaan, *durability*, pelayanan, kepuasan pelanggan, kejujuran dalam iklan, kejelasan atau kelengkapan isi pada kemasan, dan lainnya. Perusahaan seharusnya memberikan kualitas produk dan jasa yang baik kepada masyarakat. Perusahaan tidak semata-mata mencari laba tetapi ada tanggung jawab etis kepada masyarakat atas produk dan jasa yang

diberikan. Masyarakat menuntut perusahaan jujur dalam iklan atas produk dan jasa yang ditawarkan dan memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat. Perusahaan dihadapkan dengan beberapa pilihan untuk memberikan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat. Ada beberapa perusahaan yang menyisihkan sebagian pendapatan dari penjualan produknya untuk program CSR. Beberapa perusahaan lain memilih memberikan produknya secara gratis kepada masyarakat. Perusahaan juga dapat melaksanakan program tanggung jawab sosial dengan memberikan pelayanan kepada pelanggan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan misalnya dengan memberikan pelayanan setelah penjualan (*service after sales*). Misalnya perbaikan produk yang cacat atau penggantian produk atau *sparepart*.

4) Lingkungan Hidup

Perusahaan dalam menerapkan pertanggungjawaban sosial dengan tema yang berkaitan dengan lingkungan hidup. Tema ini meliputi aspek lingkungan dari proses produksi, yang meliputi pengendalian polusi dalam menjalankan operasi bisnis, pencegahan dan perbaikan kerusakan lingkungan akibat pemrosesan sumber daya alam dan konversi sumber daya alam

e. Strategi Pengelolaan Tanggung Jawab Sosial

(1) Strategi Reaktif

Strategi reaktif dalam tanggung jawab sosial cenderung menolak atau menghindarkan diri dari tanggung jawab sosial

(2) Strategi Defensif

Strategi defensif dalam tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan terkait dengan penggunaan pendekatan legal atau jalur hukum untuk menghindarkan diri dari atau menolak tanggung jawab sosial

(3) Strategi Akomodatif

Strategi Akomodatif merupakan tanggung jawab sosial yang dijalankan perusahaan dikarenakan adanya tuntutan masyarakat dan lingkungan sekitar akan hal tersebut

(4) Strategi Proaktif

Memandang bahwa tanggung jawab sosial adalah bagian dari tanggung jawab untuk memuaskan *stakeholders*. Jika *stakeholders* terpuaskan maka citra positif perusahaan akan terbangun

f. Prinsip-prinsip Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial

Prinsip-prinsip yang digunakan dalam pelaksanaan Tanggung jawab Sosial dalam Indriani (2008) adalah :

1) Kestinambungan atau *sustainability*

Bahwa program tanggung jawab sosial ini merupakan program yang dirancang, yang harus memberikan dampak berkelanjutan.

Bukan berarti perusahaan akan terus menerus memberikan bantuan kepada masyarakat.

2) Tanggung jawab Sosial Merupakan program jangka panjang

Perusahaan mesti menyadari bahwa sebuah bisnis bisa tumbuh karena dukungan atmosfer sosial dari lingkungan di sekitarnya. Karena itu, Pertanggungjawaban Sosial yang dilakukan adalah wujud pemeliharaan relasi yang baik dengan masyarakat. Ia bukanlah aktivitas sesaat untuk mendongkrak popularitas atau mengejar profit.

3) Tanggung jawab Sosial mesti berdampak positif kepada masyarakat, baik secara ekonomi, lingkungan, maupun sosial.

"Perusahaan yang melakukan tanggung jawab sosial mesti peduli dan mempertimbangkan sampai ke dampaknya. Ini yang membedakannya dengan *charity*,"

4) Dana yang diambil untuk tanggung jawab sosial tidak dimasukkan ke dalam *cost structure* perusahaan sebagaimana bujet untuk marketing yang pada akhirnya akan ditransformasikan ke harga jual produk

g. Indikator Keberhasilan Tanggung Jawab Sosial

Dari sisi perusahaan, citranya harus semakin baik di mata masyarakat. Sementara itu, dari sisi masyarakat, harus ada peningkatan kualitas hidup. Karenanya, penting bagi perusahaan melakukan evaluasi untuk mengukur keberhasilan program tanggung jawab sosial,

baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Satu hal yang perlu diingat, "Salah satu ukuran penting keberhasilan tanggung jawab sosial adalah jika masyarakat yang dibantu bisa mandiri" dalam Indriani (2008).

3. Kinerja Perusahaan

a. Pengertian kinerja

Menurut Husnan (1996:15) kinerja adalah pengukuran prestasi yang dapat dicapai oleh perusahaan yang mencerminkan kondisi kesehatan dari suatu perusahaan pada kurun waktu tertentu. Sementara menurut Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) dalam standar akuntansi keuangan (SAK) (2002:2) kinerja perusahaan dapat diukur dengan menganalisis dan mengevaluasi laporan keuangan. Informasi posisi keuangan dan kinerja keuangan dimasa lalu sering kali digunakan sebagai dasar untuk memprediksi posisi keuangan dan kinerja dimasa depan. Dengan demikian penilaian kinerja perusahaan (*companies performance assessment*) mengandung makna suatu proses / system penilaian mengenai pelaksanaan kemampuan kerja suatu perusahaan berdasarkan standar tertentu (Kaplan & Norton, 1996 :7)

b. Pengertian Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan adalah hasil dari banyak keputusan individual yang dibuat secara terus-menerus oleh pihak manajemen (Erich A. Helfert). Atau dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam mengerjakan / menghasilkan sesuatu pekerjaan yang

dapat dilihat prestasi kerjanya yang mencerminkan potensi atau kredibilitas perusahaan yang nantinya akan mencerminkan sehat atau tidaknya suatu perusahaan. Penilaian kinerja melalui laporan keuangan yang didasarkan pada data dan kondisi masa lalu sulit untuk mengeksploritasikan ekspektasi masa depan. Kebanyakan penilaian kinerja yang ada, bersifat relatif karena kondisi dan operasi perusahaan sangat bervariasi dari satu perusahaan ke perusahaan lain. Pengukuran kinerja penting untuk menilai keadaan perusahaan yang mana dapat dijadikan salah satu dasar dalam pengambilan keputusan dimasa yang akan datang. Salah satu informasi yang digunakan untuk menilai kinerja perusahaan adalah tidak terlepas dari peranan akuntansi dalam fungsinya sebagai penyedia informasi mengenai perusahaan yaitu dalam laporan keuangan yang terdiri dari neraca (*Balance Sheet*) dan laporan laba rugi (*Income Statement*).

Menurut Riyanto (1994:251) menyatakan bahwa :

“Laporan keuangan (Financial Statement) memberikan ikhtisar mengenai keadaan financial suatu perusahaan , dimana neraca (Balance Sheet) mencerminkan nilai aktiva, hutang dan modal sendiri pada suatu saat tertentu dan laporan laba rugi mencerminkan hasil-hasil yang dicapai selama suatu periode tertentu, biasanya periode satu tahun”.

Menurut Dess dan Lumpkin (2003:90) ada 2 pendekatan yang digunakan untuk menilai kinerja perusahaan yaitu; pendekatan yang pertama analisis ratio keuangan (*financial ratio analysis*) dan pendekatan yang kedua dilihat dari perspektif pihak-pihak yang

berkepentingan (*stakeholder perspective*). Dalam *financial ratio analysis* dapat dibedakan atas 5 tipe yaitu; (1)*Short- term solvency or liquidity*, (2) *Long-term solvency measures*, (3)*Asset management (or turn over)*, (4) *Profitability*, (5) *Market value*.

c. **Pengukuran Kinerja Perusahaan**

Kinerja perusahaan dapat diukur dengan menggunakan teknik analisis rasio. Analisis rasio digunakan dalam bentuk rasio finansial, antara lain sebagai berikut : *Return On Assets (ROA)*, *Return On Investment (ROI)*, dan *Return On Equity (ROE)* dalam Tandelilin (2001:204). Tapi dalam penelitian ini, peneliti hanya akan menggunakan salah satu dari tiga analisis rasio diatas, yaitu *Return On Equity (ROE)*.

Rasio ini Memperlihatkan sejauhmana perusahaan mengelola modal sendiri secara efektif. Mengukur tingkat keuntungan dari investasi yang telah dilakukan oleh pemilik modal sendiri/pemegang saham perusahaan. *ROE* menunjukkan rentabilitas modal sendiri/rentabilitas usaha. *ROE* dapat di ukur dengan menggunakan rumus :

$$\text{Return on Equity (ROE)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Modal Sendiri}}$$

4. Komitmen Sosial Perusahaan

a. Pengertian Komitmen Sosial Perusahaan

Secara umum Komitmen dapat diartikan sebagai suatu kesepakatan antara satu pihak dengan pihak yang lain menurut Porter dalam Sri kuntjoro (2002:27). Komitmen sosial perusahaan merupakan suatu kesepakatan antara pihak perusahaan dengan pihak-pihak yang terkait dengan aktivitas operasi perusahaan yang berupa tuntutan dari masyarakat yang menjadi konsumen, keluarga konsumen, calon konsumen, *supplier*, calon *supplier*, investor dan calon investor mereka (Sri kuntjoro, 2002:1-2). Komitmen sosial perusahaan mencakup hal-hal sebagai berikut :

1. Berkaitan dengan masalah Kesehatan lingkungan

Contohnya : Pengolahan limbah pabrik, pencantuman produk ramah lingkungan, dan lain-lain

2. Berkaitan dengan masalah Kesejahteraan konsumen

Contohnya : Pemberian beasiswa, bantuan terhadap korban bencana alam, bantuan kemanusiaan, untuk produk makanan dan minuman harus ada izin dari pemerintah.

3. Berkaitan dengan masalah kode etik dalam berbisnis (*Prinsip-prinsip Corporate Governance*).

Komitmen sosial perusahaan dapat ditunjukkan melalui pengungkapan tanggung jawab sosial untuk menjaga keseimbangan antara dampak sosial dengan manfaat yang bisa diberikan kepada *stakeholders*.

b. Pengukuran Komitmen Sosial Perusahaan

Salah satu cara untuk mengukur komitmen sosial perusahaan dapat diukur dengan menjumlahkan seluruh komitmen sosial yang dimiliki dan dilaksanakan oleh perusahaan yang mencangkup dengan masalah kesehatan lingkungan, masalah kesejahteraan konsumen, dan masalah kode etik dalam berbisnis, yang tercantum dalam laporan tahunan perusahaan pada satu periode tertentu seperti yang pernah digunakan oleh Iuvikurniasari (2004). Semakin banyaknya komitmen sosial yang dimiliki dan dilaksanakan oleh suatu perusahaan maka semakin tinggi komitmen sosial perusahaan tersebut.

5. Konsep Perusahaan *High Profile*

Robert mendefenisikan *High Profile Companies* dalam Zuhroh dan Sukmawati (2003) sebagai perusahaan yang memiliki *customer visibility*, tingkat resiko politik dan tingkat kompetensi yang tinggi. Industri *High Profile* diyakini telah melaksanakan pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial lebih banyak dari industri lainnya Hackstone dan Milne dalam Utomo (2000). 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 dan tingkat kompetensi yang keras. Sedangkan *LQ 45* adalah perusahaan *high profile* yang memiliki tingkat likuiditas tertinggi dibanding dengan perusahaan *high profile* lainnya.

6. Hubungan antara Kinerja Perusahaan Dengan Pengungkapan

Tanggung Jawab Sosial

Semakin baik kinerja suatu perusahaan maka semakin banyak pula perusahaan tersebut melakukan kegiatan-kegiatan sosialnya yang bertujuan untuk mensejahterakan karyawan, masyarakat serta segala pihak yang berhubungan dengan perusahaan. Kegiatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan itu, kemudian dilaporkan dalam laporan Pertanggungjawaban Sosial atau *corporate social responsibility (CSR)* (Widjaja & Pratama, 2008:19). Karena perusahaan yang memiliki kinerja yang baik adalah yang apabila dalam kegiatan operasionalnya, perusahaan itu dapat menunjukkan adanya keselarasan hubungan antara perusahaan dengan lingkungan hidup dengan cara menjaga keseimbangan hubungan antara perusahaan dengan masyarakat, perusahaan dengan sumberdaya manusia, perusahaan dengan karyawan serta mengungkapkan aktivitas sosialnya tersebut dalam laporan akuntansi pertanggungjawaban sosialnya.

Hal ini senada dikatakan oleh Belkouli dalam Anggraini (2006:3) bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial mempunyai hubungan yang positif dengan kinerja sosial perusahaan yang berarti perusahaan yang melakukan aktivitas sosial akan mengungkapkannya dalam laporan pertanggungjawaban sosial. Penilaian kinerja perusahaan dapat diukur dengan ukuran keuangan dan non keuangan. Ukuran keuangan untuk mengetahui hasil tindakan yang telah dilakukan dimasa lalu dan ukuran keuangan tersebut dilengkapi dengan ukuran non keuangan tentang

kepuasan konsumen, produktivitas dan *cost effectiveness* proses bisnis intern serta produktivitas dan komitmen personel yang akan menentukan kinerja keuangan dimasa yang akan datang. Belkaoui (1989) menemukan hasil pengungkapan tanggung jawab sosial mempunyai hubungan yang positif dengan kinerja sosial perusahaan yang berarti bahwa perusahaan yang melakukan aktivitas sosial akan mengungkapkannya dalam laporan pertanggung jawaban sosial.

7. Hubungan Komitmen Sosial Perusahaan Dengan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Komitmen sosial perusahaan dapat ditunjukkan melalui pengungkapan tanggung jawab sosial untuk menjaga keseimbangan antara dampak sosial dengan manfaat yang bisa diberikan kepada *stakeholders*. Semakin tinggi dan maksimalnya komitmen sosial yang di miliki oleh suatu perusahaan, maka akan semakin banyak perusahaan tersebut melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial (Widjaja & Pratama, 2008:81). Dalam Wibisono (2007:71) bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial umumnya di pengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut : (1) Terkait dengan komitmen perusahaan, (2) Ukuran dan kematangan perusahaan, (3) Regulasi dan sistem Perpajakan.

Hal ini jelas akan menciptakan citra yang baik bagi perusahaan dimata masyarakat,karena perusahaan tidak hanya memiliki komitmen finansial saja tapi juga memiliki komitmen sosial yang mensejahterakan

pihak-pihak yang terkait dengan perusahaan. Karena komitmen sosial perusahaan merupakan faktor yang berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, dimana perusahaan bisa menjadikan tanggung jawab sosial sebagai suatu sistem yang terintegrasi bukan hanya sebagai program kerja yang bersifat sementara.

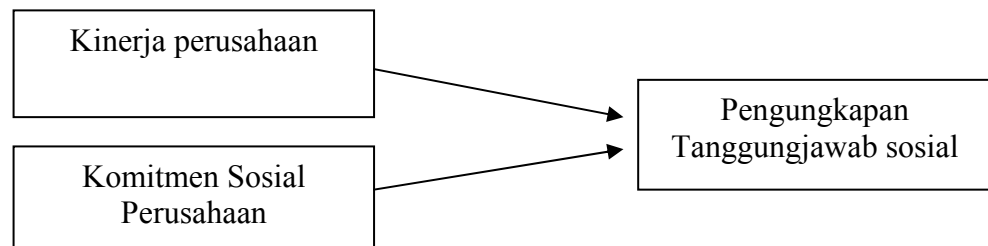
B. Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian yang sejenis merupakan bagian yang menguraikan tentang beberapa pendapat atau hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Penelitian yang dilakukan oleh Kurniasari (2004) menemukan bahwa Komitmen sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan Tanggung jawab Sosial. Yuningsih (2003) menemukan bahwa skala perusahaan, profitabilitas yang dapat terlihat melalui kinerja perusahaan (*ROA, ROI, ROE*), industri dan umur perusahaan secara simultan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Gatoso (2007) menemukan bahwa Kinerja Perusahaan mempengaruhi pengungkapan tanggungjawab sosial. Sedangkan Anggraini (2006) yang meneliti mengenai Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial pada perusahaan-perusahaan yang tergolong *high-profile*, bahwa industri *high-profile* yang memiliki visibilitas konsumen, resiko politis yang tinggi akan cenderung mengungkapkan informasi sosial yang lebih banyak dibandingkan dengan industri *low-profile*.

C. Kerangka Konseptual

Penelitian ini akan menguji tentang pengaruh kinerja perusahaan dan Komitmen sosial perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan *high profile* yang termasuk kategori LQ 45 (yang memiliki tingkat likuiditas tertinggi) dibanding perusahaan *high profile* lainnya yang terdaftar di BEI. Semakin baik kinerja suatu perusahaan, maka akan semakin banyak perusahaan tersebut melakukan aktivitas sosialnya.. Aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan itu, kemudian dilaporkan dalam laporan pertanggungjawaban sosial atau *corporate social responsibility (CSR)*. Belkaoui dalam Anggraini (2006) menemukan hasil pengungkapan sosial mempunyai hubungan yang positif dengan kinerja sosial perusahaan yang berarti bahwa perusahaan yang melakukan aktivitas sosial akan mengungkapkannya dalam laporan tanggung jawab sosial. Begitu juga dengan komitmen sosial perusahaan, semakin tinggi dan maksimalnya komitmen sosial yang dimiliki dan dilaksanakan oleh suatu perusahaan, maka perusahaan tersebut akan lebih banyak melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang kemudian dilaporkan dalam laporan pertanggungjawaban sosial dalam laporan tahunan perusahaan.

Dari uraian diatas, maka kerangka konseptual dari penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1
Kerangka Konseptual

D. Hipotesis

Berdasarkan teori dan latar belakang permasalahan yang telah dikemukakan, maka dapat dibuat hipotesis terhadap permasalahan sebagai berikut:

- H₁*: Kinerja perusahaan dan komitmen sosial perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial
- H₂*: Kinerja perusahaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial
- H₃*: Komitmen sosial perusahaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari analisis Kinerja perusahaan dan Komitmen sosial perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar di BEI adalah sebagai berikut :

1. Kinerja perusahaan dan komitmen sosial perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.
2. Kinerja perusahaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Pengungkapan Tanggung jawab Sosial.
3. Komitmen Sosial perusahaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Pengungkapan Tanggung jawab Sosial.

B. Keterbatasan

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

3. Berkaitan dengan masalah komitmen perusahaan, penulis hanya melihat dari segi komitmen sosial perusahaan saja, jadi hasil penelitian belum dapat di generalisasikan.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, ada beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh beberapa pihak :

1. Agar Perusahaan lebih memperhatikan kualitas dan kuantitas pengungkapan tanggung jawab sosial untuk periode selanjutnya terutama untuk item-item yang masih rendah seperti dukungan pada konservasi satwa, kesetaraan gender dalam karir dan kerja serta rating (tingkat penghargaan dibidang lingkungan)
2. Bagi para investor yang ingin menanamkan modalnya agar mempertimbangkan laporan tahunan suatu perusahaan yang menjelaskan bahwa perusahaan tersebut telah melakukan beberapa pengungkapan tanggungjawab sosial, sehingga menggambarkan baik atau tidaknya kinerja suatu perusahaan
3. Sebaiknya setiap perusahaan yang ada di Indonesia memiliki komitmen sosial agar terciptanya keseimbangan antara perusahaan dengan pihak-pihak yang terkait dengan perusahaan akibat dampak yang timbul dari kegiatan perusahaan.

4. Pada penelitian berikutnya dapat menambahkan variabel-variabel lain yang berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial seperti regulasi dan sistem perpajakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Akbar, 2005. *Menggunakan SPSS Bagi Peneliti Pemula*. M2S, Bandung
- Anggraini, F.R.R., 2006, Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta), *Simposium Nasional Akuntansi 9 Padang*
- Anis Chairiri dan Imam Gozali, 2002, *Teori Akuntansi*. Badan penerbit Universitas Diponegoro
- Anonymous, 2001. *Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan*. Media Akuntansi No 17 April-Mei 2001
- Arfan Ikhsan, 2008, *Akuntansi Lingkungan dan Pengungkapannya*. edisi pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta
- Arfan Ikhsan, 2008, *Metodologi Penelitian Akuntansi Keperilakuan*, edisi pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta
- Bambang Rudito & Melia Famiola, 2007, *Etika Bisnis dan Tanggungjawab Sosial Perusahaan di Indonesia*. Rekayasa Sains, Bandung
- Belkaoui, Ahmed and Philip G. Karpik. 1989. Determinants of the Corporate Decision to Disclose Sosial Information. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 2, No. 1, p. 36- 51 (www.google.com tanggal 20 januari 2009)
- Chaganti, R., dan Damanpour, F. 1991. Institutional ownership, capital structure, and firm performance. *Strategic Management Journal* 12: 479-491 (www.google.com tanggal 20 januari 2009)
- Darwin, Ali. 2004. Penerapan Sustainability Reporting di Indonesia. *Konvensi Nasional akuntansi V, Program Profesi Lanjutan*. Yogyakarta, 13-15 Desember (www.google.com tanggal 20 januari 2009)
- Economic Business Accounting Review (EBAR)*, 2006. Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Depok
- Finch, Nigel. 2005. The Motivations for Adopting Sustainability Disclosure. Macquarie Graduate School of Management. *Social Science Research Network* (www.google.com tanggal 25 januari 2009)
- Ghozali, Imam. 2007. *Aplikasi Analisis Multivarian Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit UNDIP, Semarang