

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teoritis

1. Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan

Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Darwin, 2004). Menurut Pearce dan Robinson (2008:72) tanggung jawab sosial terdiri atas:

- a. Tanggung jawab ekonomi (*economic responsibilities*) yang dimana tugas manajer sebagai agen dari pemilik perusahaan, untuk memaksimalkan kekayaan pemegang saham.
- b. Tanggung jawab hukum (*legal responsibilities*) mencerminkan kewajiban perusahaan untuk mematuhi undang-undang yang mengatur aktivitas bisnis.
- c. Tanggung jawab etika (*ethical responsibilities*) mencerminkan gagasan perusahaan mengenai perilaku bisnis yang benar dan layak.
- d. Tanggung jawab diskresi (*discretionary responsibilities*) merupakan tanggung jawab yang secara sukarela diambil oleh suatu bisnis yang mencakup hubungan masyarakat, kewargaan yang baik, dan tanggung jawab sosial perusahaan secara penuh.

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

Sustainability Development yang membawanya menuju kepada *core business* dan sektor industrinya.

Darwin (2004) mengatakan bahwa “*Corporate Sustainability Reporting* terbagi menjadi 3 kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial”. Pembagian *Corporate Sustainability Reporting* menurut Darwin dapat dilihat pada tabel 2.1

Tabel 2.1
Kategori dalam *Corporate Sustainability Reporting* menurut Darwin

Kategori	Aspek
Kinerja Ekonomi	
Pengaruh ekonomi secara langsung	Pelanggan, pemasok, karyawan, penyedia modal dan sektor publik
Kinerja Lingkungan	
Hal-hal yang terkait dengan lingkungan	Bahan baku, energi, air, keanekaragaman hayati (<i>biodiversity</i>), emisi, sungai, dan sampah, pemasok, produk dan jasa, pelaksanaan, dan angkutan
Kinerja Sosial	
Praktik Kerja	Keamanan dan keselamatan tenaga kerja, pendidikan dan <i>training</i> , kesempatan kerja
Hak manusia	Strategi dan manajemen, non diskriminasi, kebebasan berserikat dan berkumpul, tenaga kerja di bawah umur, kedisiplinan, keamanan, dll.
Sosial	Komunitas, korupsi, kompetisi dan penetapan harga
Tanggung jawab terhadap produk	Kesehatan dan keamanan pelanggan, iklan yang peduli

Sumber : Darwin (2004)

Model atau pola *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang umum diterapkan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia (Irawan, 2004) melalui empat model berikut:

- a. Keterlibatan langsung, perusahaan menjalankan program CSR secara langsung dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa perantara. Untuk menjalankan tugas ini, perusahaan biasanya menugaskan salah satu pejabat seniornya, seperti *corporate secretary* atau *public affair manager* atau menjadi bagian dari tugas pejabat public relation.
- b. Melalui yayasan atau organisasi sosial milik perusahaan, perusahaan mendirikan yayasan sendiri di bawah perusahaan atau grupnya. Disini perusahaan menyediakan dana awal, dana rutin atau dana abadi yang dapat digunakan untuk operasional yayasan.
- c. Bermitra dengan pihak lain, perusahaan menyelenggarakan CSR melalui kerjasama dengan lembaga/organisasi non pemerintah, instansi pemerintah, universitas atau media massa, baik dalam mengelola dana maupun dalam melaksanakan kegiatan sosialnya.
- d. Mendukung atau bergabung dalam suatu konsorsium, perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu. Pihak konsorsium yang dipercaya oleh perusahaan-perusahaan yang mendukungnya akan secara proaktif mencari kerjasama dari berbagai kalangan dan kemudian mengembangkan program yang telah disepakati.

Dengan demikian, seharusnya perusahaan tidak hanya menyadari kalau kegiatan operasionalnya mempunyai dampak terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya, tetapi sejak awal sudah memasukkan tujuan pertanggungjawaban sosial di dalam tujuan perusahaannya.

2. Tujuan Pengungkapan Sosial

Secara umum tujuan pengungkapan sosial atau CSR adalah menyajikan informasi yang dipandang perlu untuk mencapai tujuan pelaporan keuangan dan

untuk melayani berbagai pihak yang mempunyai kepentingan berbeda. Tenaya (2005:13) menyatakan tujuan pengungkapan sosial dibagi menjadi tiga, yaitu:

- a. Tujuan untuk melindungi terhadap perlakuan manajemen yang mungkin kurang adil dan kurang terbuka (*unfair*). Tujuan ini biasanya menjadi pertimbangan badan pengawas yang mendapat otoritas untuk melakukan pengawasan terhadap pasar modal seperti SEC atau Bapepam.
- b. Tujuan informatif merupakan tujuan yang diarahkan untuk menyediakan informasi yang dapat membantu keefektifan pengambilan keputusan penggunaan laporan keuangan.
- c. Tujuan kebutuhan khusus merupakan gabungan dari tujuan perlindungan dan tujuan informasi. Artinya apa yang harus diungkapkan kepada publik dibatasi dengan apa yang dipandang berguna bagi pemakai yang dituju.

3. Pengungkapan Informasi dalam Laporan Tahunan

Setiap perusahaan publik diwajibkan membuat laporan tahunan sebagai sarana pertanggungjawaban terutama kepada pemegang saham. Laporan tahunan (*annual report*) merupakan laporan yang diterbitkan oleh pihak manajemen perusahaan dalam setahun sekali yang berisi informasi keuangan dan non keuangan perusahaan yang berguna bagi pihak *stakeholders* untuk menganalisis kondisi perusahaan pada periode tersebut. Pengungkapan informasi (*Information disclosure*) didefinisikan sebagai penyediaan sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian optimal pasar modal secara efisien. 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 di masa datang, prakiraan keuangan operasi, serta informasi lainya (Wolk dan Tearney dalam Widiastuti, 2000).

Alasan utama mengapa suatu pengungkapan diperlukan adalah agar pihak investor dapat melakukan suatu *informed decision* dalam pengambilan keputusan investasi. Berkaitan dengan keputusan investasi, investor memerlukan tambahan informasi yang bersifat non keuangan. Informasi yang dimuat dalam laporan tahunan ini lebih dikenal dengan istilah pengungkapan laporan tahunan atau *annual report disclosure*. Pengungkapan dapat berkaitan dengan laporan keuangan utama, dan dengan yang tidak berkaitan dengan laporan keuangan, contohnya analisis manajemen dan ramalan atas operasi perusahaan di tahun mendatang (Sudarmadji, 2007:54).

Tujuan pengungkapan menurut Securities Exchange Commission (SEC) dikategorikan menjadi dua yaitu *propective disclosure* yang dimaksudkan sebagai upaya perlindungan terhadap investor dan *informative disclosure*, yang bertujuan memberikan informasi yang layak kepada pengguna laporan (Wolk, Francis, Dan Tearay dalam Utomo, 2000).

4. Pelaporan Informasi Sosial

Dalam penelitian akuntansi dibutuhkan penelitian terhadap hubungan bisnis dan masyarakat dalam rangka untuk mendefinisikan kembali peran dan tugas perusahaan dari ekonomi murni menuju ke institusi ekonomi sosial [Dierkes & Antal (1986), dalam Mangos & Lewis (1995)]. Mangos & Lewis (1995) mengatakan perlunya paradigma sosial-ekonomi untuk menganalisis pemilihan praktik akuntansi oleh manajemen. Dengan analisis ini maka akan dapat membantu manajemen memahami respon mereka terhadap masalah-masalah

sosial-ekonomi dan hubungannya dengan nilai perusahaan, termasuk bagaimana manajemen akan mengambil keputusan terkait pengungkapan informasi sosial.

Pelaporan informasi dalam pengungkapan sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting* atau *corporate social responsibility* (Hackston dan Milne, 1996) merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Hal tersebut memperluas tanggung jawab organisasi (khususnya perusahaan), di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham.

Pengungkapan dalam laporan keuangan dapat dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu pengungkapan wajib (*Mandatory Disclosure*) dan pengungkapan sukarela (*Voluntary Disclosure*). Pengungkapan wajib merupakan pengungkapan minimum yang disyaratkan oleh standar akuntansi yang berlaku. Adapun pengungkapan sukarela merupakan pilihan bebas manajemen perusahaan untuk memberikan informasi akuntansi dan informasi lainnya yang dipandang relevan untuk keputusan oleh para pemakai laporan keuangan tersebut.

Pengungkapan sosial perusahaan bersifat sukarela (*voluntary disclosure*) diungkapkan oleh perusahaan secara sukarela tanpa diharuskan oleh standar yang ada. Standar pelaporan pertanggungjawaban sosial masih belum memiliki standar yang baku, sehingga jumlah dan cara pengungkapan informasi sosial bergantung kepada kebijakan dari pihak manajemen perusahaan. Hal ini mengakibatkan

timbulnya variasi luas pengungkapan informasi sosial dalam laporan tahunan masing-masing perusahaan.

5. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial

a. Kepemilikan Saham

kepemilikan saham adalah kekuasaan seseorang atau suatu kelompok yang didukung secara sosial untuk memegang kontrol terhadap sejumlah saham yang dimiliki secara eksklusif terhadap suatu perusahaan dan menggunakannya untuk tujuan pribadi. Kepemilikan saham ini dilihat dari presentase jumlah saham yang dimiliki masyarakat (publik) di dalam perusahaan tersebut. Semakin besar kepemilikan saham oleh publik dalam suatu perusahaan, maka semakin besar pula tanggung jawab perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Presentase jumlah saham ini dapat dilihat dalam *Annual Report*.

b. Leverage

Rasio *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktivitas perusahaan dibiayai dengan utang (Kasmir, 2008:113). Di sisi lain *leverage* merupakan proporsi total hutang terhadap ekuitas pemegang saham. Rasio tersebut digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Oleh karena itu perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah.

Kontrak utang biasanya berisi tentang ketentuan bahwa perusahaan harus menjaga tingkat *leverage* tertentu (rasio utang/ekuitas), *interest coverage*, modal kerja dan ekuitas pemegang saham. Oleh karena itu semakin tinggi tingkat *leverage* (rasio utang/ekuitas) semakin besar kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi (Anggraini,2006). Supaya laba yang dilaporkan tinggi maka manajer harus mengurangi biaya-biaya lain termasuk biaya untuk mengungkapkan informasi sosial.

c. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan skala pengukuran atas suatu perusahaan baik dari segi aset maupun unsur lainnya seperti jumlah tenaga kerja. Perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Teori agensi dalam Marpaung (2010) menyatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan, maka biaya keageenan yang muncul juga semakin besar. Untuk mengurangi biaya keageenan tersebut, perusahaan akan cenderung mengungkapkan informasi yang lebih luas.

Dari sisi tenaga kerja, dengan semakin banyaknya jumlah tenaga kerja dalam suatu perusahaan, maka tekanan pada pihak manajemen untuk memperhatikan kepentingan tenaga kerja akan semakin besar. Hal ini berarti program tanggung jawab sosial perusahaan juga semakin banyak dan akan diungkapkan dalam laporan tahunan.

d. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu (Kasmir,2008:114). Di sisi lain dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau profit dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Terdapat beberapa ukuran untuk menentukan profitabilitas perusahaan dalam Marpaung (2010), yaitu : *return of equity*, *return on assets*, *earning per share*, *net profit* dan *operating ratio*.

Variabel profitabilitas dalam penelitain ini menggunakan *Return on Asset* (ROA). ROA adalah perbandingan laba bersih setelah pajak dengan aktiva untuk mengukur tingkat pengembalian investasi total. *Return on asset* merupakan ukuran efektifitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya.

Menurut Donovan dan Gibson (2000) dalam Marpaung (2010):

Berdasarkan teori legitimasi, salah satu argumen dalam hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial adalah bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Sebaliknya, pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca "*good news*" kinerja perusahaan, misalnya dalam lingkup sosial, dan dengan demikian investor akan tetap berinvestasi di perusahaan tersebut. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa profitabilitas mempunyai hubungan yang negatif terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

B. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dilakukan oleh Sembiring (2005) yang melakukan penelitian pengaruh *size* perusahaan, profitabilitas, profile, ukuran dewan komisaris dan *leverage* pada perusahaan publik yang tercatat di BEI terhadap karakteristik perusahaan dan pengungkapan tanggungjawab sosial. Hasil penelitiannya menemukan bahwa ukuran perusahaan, profile dan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan sosial perusahaan, namun tidak menemukan hubungan antara profitabilitas dan *leverage* dengan pengungkapan sosial. Dan secara simultan keseluruhan variabel independen mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial.

Anggraini (2006) yang meneliti pengaruh presentase kepemilikan manajemen, tingkat *leverage*, tipe industri, biaya poltis dan profitabilitas terhadap pengungkapan sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Hasil penelitiannya menemukan bahwa terdapat hubungan signifikan antara persentase kepemilikan manajemen dan tipe industri terhadap pengungkapan informasi sosial, namun tidak berhasil membuktikan pengaruh ukuran perusahaan, *leverage* dan profitabilitas terhadap pengungkapan informasi sosial.

Marpaung (2010) yang melakukan penelitian pengaruh struktur kepemilikan, profitabilitas, ukuran perusahaan, umur perusahaan, dan *financial leverage* terhadap pengungkapan sosial pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI. Hasil penelitiannya menemukan bahwa pengungkapan informasi sosial dipengaruhi *financial leverage*, sedangkan struktur kepemilikan, profitabilitas

ukuran perusahaan, dan umur perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan sosial. Rincian penelitian terdahulu dapat dilihat pada tabel 2.2.

Tabel 2.2
Ringkasan Tinjauan Penelitian Terdahulu

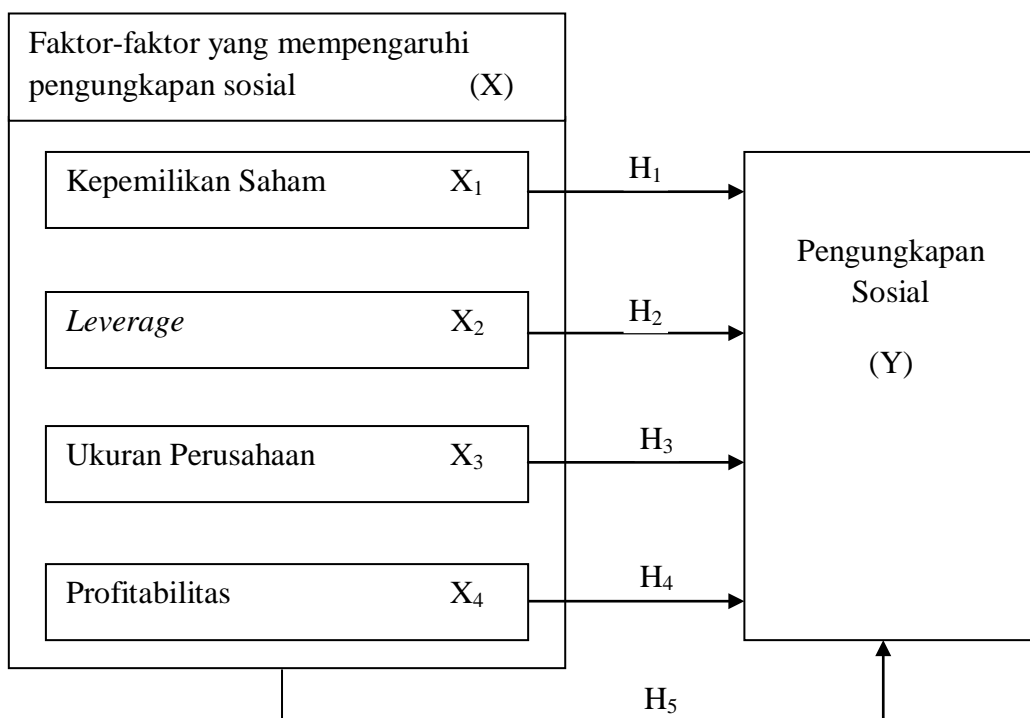
Nama Peneliti	Judul	Variabel Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
Sembiring (2005)	Karakteristik Perusahaan Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta	Variabel independen penelitian terdiri dari <i>size</i> perusahaan, profitabilitas, <i>profile</i> , ukuran dewan komisaris dan <i>leverage</i> .	Analisis Regresi Berganda	Hasil penelitian secara simultan, tingkat pengaruh variabel independen yaitu <i>size</i> , profitabilitas, <i>profile</i> , ukuran dewan komisaris dan <i>leverage</i> mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial. Secara parsial, tiga variabel, yaitu <i>size</i> , <i>profile</i> , dan ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.
Anggraini (2006)	Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)	Variabel independen penelitian terdiri dari persentase kepemilikan manajemen, ukuran perusahaan, tingkat <i>leverage</i> , tipe industri, biaya politik dan profitabilitas	Analisis Regresi Berganda	Variabel persentase kepemilikan manajemen dan tipe industri yang berpengaruh signifikan terhadap kebijakan perusahaan dalam mengungkapkan informasi sosial dengan arah sesuai dengan yang diprediksi sedangkan ukuran perusahaan, <i>leverage</i> dan profitabilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan informasi sosial
Marpaung (2010)	Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial (Social Disclosure) dalam Laporan Keuangan Tahunan	Variabel Independen : Struktur kepemilikan, profitabilitas, ukuran perusahaan, umur perusahaan, <i>financial leverage</i> .	Analisis Regresi Berganda	struktur kepemilikan, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan berpengaruh negatif terhadap tingkat pengungkapan tanggungjawab sosial dalam laporan tahunan, sedangkan <i>financial leverage</i> berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan tanggungjawab sosial dalam laporan tahunan.

Sumber : Diolah oleh peneliti, 2011.

C. Kerangka Konseptual dan Hipotesis

1. Kerangka Konseptual

Berdasarkan latar belakang masalah dan tinjauan pustaka, maka kerangka konseptual penelitian dapat dilihat pada gambar 2.1



Gambar 2.1

Kerangka Konseptual Penelitian

Sumber : Diolah oleh peneliti, 2011.

Variabel independen penelitian adalah kepemilikan saham, *leverage*, ukuran perusahaan dan profitabilitas dan variabel dependen adalah pengungkapan sosial. Berbagai penelitian seperti Hackston dan Milne (1996), dan Sembiring (2005)

menemukan hubungan positif antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan sosial. Hal ini dikaitkan dengan pendapat bahwa perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Sebaliknya Roberts (1992) , Anggraini (2006) dan Marpaung (2010) tidak menemukan hubungan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan sosial.

Semakin tinggi tingkat *leverage* (rasio utang/ekuitas) semakin besar kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi, salah satunya dengan mengurangi biaya yang dibutuhkan untuk pengungkapan informasi sosial. Penelitian Sembiring (2005) dan Anggraini (2006) juga menunjukkan adanya pengaruh negatif antara *leverage* dengan pengungkapan sosial.

Profitabilitas dikaitkan dengan teori agensi dengan premis bahwa perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas. Sebaliknya, seperti dinyatakan oleh Donovan dan Gibson (2000) dalam Marpaung (2010) profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan sosial perusahaan. Hal ini didukung dengan argumentasi bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Pendapat ini sejalan dengan penelitian Hackston dan Milne (1996), Anggraini (2006) dan Marpaung (2010) yang tidak menemukan hubungan profitabilitas dengan pengungkapan sosial

2. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian (Sugiyono:2006). Berdasarkan perumusan masalah dan kerangka konseptual di atas, maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Kepemilikan saham berpengaruh terhadap pengungkapan sosial.

H2: *Leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan sosial.

H3: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan sosial.

H4: Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan sosial .

H5: Kepemilikan saham, *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan sosial.