

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan dan Akuntansi pertanggungjawaban Sosial

Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial kedalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasinya di bidang hukum (Darwin dalam Anggraini, 2006). Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan didalam 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 dalam Anggraini, 2006). *Sustainability reporting* harus menjadi dokumen strategik yang berlevel tinggi yang memaparkan isu-isu lingkungan dan peluang *sustainable*

development yang membawanya menuju kepada *core business* dan sektor industrinya.

Perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan juga tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungannya tempat beroperasi. Pengungkapan informasi CSR dalam laporan keuangan tahunan merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan, melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis (Sayekti, 2007).

Salah satu informasi yang sering diminta untuk diungkapkan perusahaan saat ini adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan itu sendiri dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non-keuangan berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya, yang dapat dibuat dalam laporan keuangan tahunan perusahaan atau laporan sosial terpisah (Guthrie dan Mathews dalam Sembiring, 2005).

Berbagai alasan perusahaan dalam melakukan pengungkapan informasi CSR secara sukarela telah diteliti dalam penelitian sebelumnya, diantaranya adalah karena untuk menaati peraturan yang ada, untuk memperoleh keunggulan kompetitif melalui penerapan CSR, untuk memenuhi ketentuan kontrak piagam dan memenuhi ekspektasi

masyarakat, untuk meligitimasi tindakan perusahaan, dan untuk menarik investor (Sayekti, 2007).

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

- a. Lingkungan, meliputi: pengendalian terhadap polusi, pencegahan atau perbaikan terhadap kerusakan lingkungan, konservasi alam, dan pengungkapan lain yang berkaitan dengan lingkungan.
- b. Energi, meliputi: konservasi energi, efisiensi energi, dan lain-lain.
- c. Praktik bisnis yang wajar, meliputi: pemberdayaan terhadap minoritas dan perempuan, dukungan terhadap usaha minoritas, tanggung jawab sosial.
- d. Sumber daya manusia, meliputi: aktivitas di dalam suatu komunitas, dalam kaitan dengan pelayanan kesehatan, pendidikan dan seni.
- e. Produk, meliputi: keamanan, pengurangan polusi dan lain-lain.

Menurut Grey dkk dalam Sembiring (2005), menyatakan bahwa tumbuhnya kesadaran publik akan peran perusahaan di tengah masyarakat dan melahirkan kritik karena menciptakan masalah sosial, polusi, sumber

kerja. Tekanan dari berbagai pihak memaksa perusahaan untuk menerima tanggung jawab atas dampak aktivitas bisnisnya terhadap masyarakat. Perusahaan dihimbau untuk bertanggungjawab terhadap pihak yang lebih luas daripada kelompok pemegang saham dan kreditur saja.

Grey dkk dalam Anggraini (2006) mengatakan bahwa sifat dan volume pelaporan mengenai pertanggungjawaban sosial perusahaan bervariasi antar waktu dan antar negara, hal ini disebabkan isu-isu yang dipandang penting oleh satu negara mungkin akan menjadi kurang penting bagi negara lain. Lewis dan Unerman dalam Anggraini (2006), mengatakan bahwa variasi pelaporan tersebut disebabkan oleh budaya atau norma yang berlaku pada masing-masing negara.

Menurut Grey dkk dalam Sembiring (2005), menyatakan ada dua pendekatan secara signifikan berbeda dalam melakukan penelitian tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pertama, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mungkin diperlakukan sebagai suatu suplemen dari aktivis akuntansi konvensional. Pendekatan ini secara umum akan menganggap masyarakat sebagai pemakai utama pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan cenderung membatasi persepsi tentang tanggung jawab sosial yang dilaporkan. Pendekatan kedua, dengan meletakkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada suatu

Pandangan yang lebih luas ini telah menjadi sumber utama kemajuan dalam pemahaman tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan sekaligus merupakan sumber kritik yang utama terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial (*Social Responsibility Accounting*) didefinisikan sebagai proses seleksi variabel-variabel kinerja sosial tingkat perusahaan, ukuran dan prosedur pengukuran, yang secara sistematis mengembangkan informasi yang bermanfaat untuk mengevaluasi kinerja sosial perusahaan dan mengkomunikasikan informasi tersebut kepada kelompok sosial yang tertarik, baik didalam maupun di luar perusahaan. Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial dapat memberikan informasi mengenai sejauh mana organisasi atau perusahaan memberikan kontribusi positif maupun negatif terhadap kualitas hidup manusia dan lingkungannya (Belkaoui dalam Anggraini, 2006).

2. Pelaporan Informasi Sosial dan Pemilihan Kebijakan Akuntansi

Secara umum, perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Terdapat beberapa penjelasan mengenai hal tersebut. Teori agensi menyatakan bahwa perusahaan besar memiliki

Perusahaan besar mungkin akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak sebagai upaya untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Perusahaan besar merupakan entitas yang banyak disorot oleh pasar maupun publik secara umum. Mengungkapkan lebih banyak informasi merupakan bagian dari upaya perusahaan untuk mewujudkan akuntabilitas publik dan menghindari risiko. Penjelasan lain juga sering diajukan adalah karena perusahaan besar memiliki sumber daya yang besar, dengan sumber daya yang besar tersebut, perusahaan perlu dan mampu membiayai penyediaan informasi untuk keperluan internal. Informasi tersebut sekaligus menjadi bahan untuk keperluan pengungkapan informasi kepada pihak eksternal, sehingga tidak perlu ada tambahan biaya yang besar untuk dapat melakukan pengungkapan dengan lebih lengkap. Sebaliknya, perusahaan dengan sumber daya yang relatif kecil mungkin tidak memiliki informasi siap saji sebagaimana perusahaan besar, sehingga perlu ada tambahan biaya yang relative besar untuk dapat melakukan pengungkapan yang lebih banyak seperti yang dilakukan oleh perusahaan besar.

Penelitian terhadap hubungan bisnis dan masyarakat dalam rangka untuk mendefinisikan kembali peran dan tugas perusahaan dari ekonomi murni menuju ke institusi ekonomi social, dibutuhkan dalam penelitian akuntansi (Dierkes dan Antal dalam Anggraini, 2006). Mangos dan Lewis dalam Anggraini (2006), mengatakan perlunya paradigma social-ekonomi perlu dilakukan untuk menganalisis pemilihan praktik akuntansi oleh

manajemen. Mereka menyarankan perlunya melakukan pertimbangan terhadap terhadap faktor tanggung jawab sosial perusahaan dengan pengujian terhadap teori akuntansi positif (*positive accounting theory*), dengan analisis ini maka akan dapat membantu manajemen mamahami respon mereka terhadap masalah-masalah sosial-ekonomi dan hubungannya dengan nilai perusahaan.

Pemilihan kebijakan akuntansi oleh manajer dapat dijelaskan dengan menggunakan teori keagenan dari Jensen dan Meckling dalam Anggraini (2006), mereka mengatakan bahwa hubungan keagenan merupakan suatu kontrak antara satu atau lebih orang (prinsipal) yang menghendaki orang lain (manajer) untuk melaksanakan jasa dengan cara mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada agen. Ada 3 faktor yang dapat mempengaruhi hubungan keagenan, yaitu: biaya pengawasan (*monitoring cost*), biaya kontrak (*contracting cost*), dan visibilitas politik. Perusahaan yang menghadapi biaya pengawasan dan kontrak yang tinggi cenderung akan memilih metode dan teknik akuntansi yang dapat melaporkan laba menjadi lebih rendah.

Laporan keuangan merupakan hasil akhir dari proses akuntansi, yaitu proses pengkomunikasian laporan. Laporan keuangan merupakan mekanisme yang penting bagi manajer untuk berkomunikasi dengan pihak investor luar, yaitu investor publik diluar lingkup manajemen serta tidak

terlibat dalam pengelolaan perusahaan (Simanjuntak dan Widiastuti dalam Setyaningrum, 2008).

Dasar perlunya praktek pengungkapan laporan keuangan oleh manajemen kepada pemegang saham dijelaskan dalam *agency theory*. Menurut Jensen dan Meckling dalam Anggraini (2006), *agency relationship* (hubungan keagenan) ada, bilamana ada satu atau lebih individu yang disebut dengan *prinsipal* bekerja dengan individu atau organisasi lain yang disebut *agent*, prinsipal akan menyediakan fasilitas dan mendelegasikan kepentingan pembuatan keputusan kepada agen. Pernyataan yang sama juga dikemukakan oleh Harianto dan Sudomo dalam Anggraini (2006) teori keagenan membahas hubungan antara manajemen dengan pemegang saham, dimana yang dimaksud dengan *prinsipal* adalah pemegang saham dan *agent* adalah manajemen pengelola perusahaan. Prinsipal menyediakan fasilitas dan dana untuk menjalankan perusahaan, di lain pihak manajemen mempunyai kewajiban untuk mengelola apa yang diamanahkan pemegang saham kepadanya. Agen diwajibkan memberikan laporan periodik pada prinsipal tentang usaha yang dijalankannya. Prinsipal akan menilai kinerja agennya melalui laporan keuangan yang disampaikan kepadanya, oleh karena itu laporan keuangan merupakan sarana akuntabilitas manajemen kepada pemiliknya.

Belkaoui dan Karpik dalam Anggraini (2006), meneliti hubungan

pengungkapan informasi sosial dengan kinerja ekonomi (atas dasar variabel pasar dan akuntansi), (3) kinerja sosial dengan kinerja ekonomi. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa perusahaan yang mengungkapkan informasi sosial (1) menunjukkan keikutsertaan dalam kegiatan sosial, (2) memiliki risiko sistematis dan tingkat *leverage* yang rendah, dan (3) cenderung merupakan perusahaan yang berskala besar, jadi pengungkapan informasi sosial berhubungan positif dengan kinerja sosial dan visibilitas politis serta berhubungan negatif dengan biaya kontrak dan pengawasan.

Keputusan manajemen untuk mengungkapkan informasi sosial diperoleh melalui analisis biaya dan manfaat. Manajemen akan mengungkapkan suatu informasi apabila manfaat yang diperoleh lebih besar dari biayanya. Berdasarkan teori keagenan, perusahaan yang menghadapi biaya kontrak dan biaya pengawasan yang rendah cenderung akan melaporkan laba rendah atau dengan kata lain akan mengeluarkan biaya-biaya untuk kepentingan manajemen (salah satunya biaya yang dapat meningkatkan reputasi baik tentang perusahaan di mata masyarakat).

B. Penelitian Terdahulu dan Penurunan Hipotesis

1. Tingkat *leverage* dan Pengungkapan Informasi Sosial

Teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena

(Jensen dan Meckling dalam Anggraini, 2006). Tambahan informasi diperlukan untuk menghilangkan keraguan pemegang obligasi terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur, (Meek dkk, dalam Fitriany, 2001), oleh karena itu perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah.

Pendapat lain mengatakan bahwa semakin tinggi leverage suatu perusahaan, kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba di masa depan, sehingga dengan laba yang dilaporkan lebih tinggi akan mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang. Manajer akan memilih metode akuntansi yang akan memaksimalkan laba sekarang. Kontrak utang biasanya berisi tentang ketentuan bahwa perusahaan harus menjaga tingkat *leverage* tertentu (rasio utang atau ekuitas), *interest coverage*, modal kerja dan ekuitas pemegang saham (Watt dan Zimmerman dalam Anggraini, 2006), oleh karena itu semakin tinggi tingkat *leverage* (rasio utang atau ekuitas) semakin besar kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi (Belkaoui dan Karpik dalam Anggraini, 2006).
Supaya laba yang dilaporkan tinggi maka manajer harus mengurangi biaya-

Jensen dan Meckling dalam Simanjuntak dan Widiastuti (2004), menyatakan bahwa perusahaan dengan *leverage* yang tinggi menanggung biaya pengawasan (*monitoring cost*) tinggi. Jika menyediakan informasi secara lebih komprehensif akan membutuhkan biaya lebih tinggi, maka perusahaan dengan *leverage* yang tinggi akan menyediakan informasi sosial lebih sedikit. Hasil penelitian yang dilakukan Setyaningrum (2008), membuktikan bahwa variabel *leverage* berpengaruh negatif terhadap kebijakan perusahaan dalam mengungkapkan informasi sosial.

Atas dasar teori dan penelitian terdahulu di atas, maka hipotesis dikembangkan sebagai berikut:

H₁: Tingkat *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan informasi sosial.

2. Ukuran Perusahaan dan Pengungkapan Informasi Sosial

Perusahaan besar cenderung akan lebih memberikan informasi laba sekarang lebih rendah dibandingkan perusahaan kecil, karena perusahaan yang besar cenderung memiliki biaya keagenan yang lebih besar dibandingkan perusahaan yang lebih kecil, sehingga perusahaan besar cenderung akan mengeluarkan biaya untuk pengungkapan informasi sosial yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil (Watt dan Zimmerman dalam Anandani, 2006). Ukuran perusahaan dapat

diproksikan dari nilai kapitalisasi pasar, total *asset*, log penjualan, dan sebagainya.

Penelitian yang dilakukan oleh Hackton dan Milne (1996) pada perusahaan di New Zealand berhasil membuktikan bahwa ukuran perusahaan berhubungan positif terhadap pengungkapan informasi sosial, yang mengindikasikan bahwa perusahaan besar yang terdapat di New Zealand (perusahaan yang relative besar) mengungkapkan lebih banyak informasi sosial maupun lingkungannya kepada pihak luar daripada perusahaan kecil. Hal tersebut disebabkan karena perusahaan besar mempunyai lebih banyak dana untuk mengungkapkan informasi sosial dalam laporan tahunannya.

Atas dasar teori dan penelitian terdahulu diatas, maka hipotesis dikembangkan sebagai berikut:

H₂: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan informasi sosial.

3. Profitabilitas dan Pengungkapan Informasi Sosial

Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham (Heinze dalam Anggraini, 2006). sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial karena dengan adanya profitabilitas

pemegang saham dapat mengetahui pertanggungjawaban sosial perusahaan, (Bowman dkk dalam Hackston dan Milne, 1996). Hackston dan Milne (1996) menemukan tidak ada hubungan yang signifikan antara tingkat profitabilitas dengan pengungkapan informasi sosial.

Belkaoui dan Karpruk dalam Anggraini (2006) mengatakan bahwa dengan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat (sosial) menghendaki manajemen untuk membuat perusahaan menjadi *profitable*. Vence dalam Belkaoui dan Karpruk (1989) mempunyai pandangan yang berkebalikan, bahwa pengungkapan social perusahaan justru memberikan kerugian kompetitif (*competitive disadvantage*) karena perusahaan harus mengeluarkan tambahan biaya untuk mengungkapkan informasi sosial tersebut. Kusumawati dalam Wibowo (2009) dalam penelitiannya menemukan bahwa *profitabilitas* memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial.

Atas dasar teori dan penelitian terdahulu di atas, maka dikembangkan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Tingkat profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan

4. Kepemilikan Saham oleh Publik dan Pengungkapan Informasi Sosial

Menurut Naim dan Rakhman (2000) melakukan penelitian tentang analisis hubungan antara kelengkapan pengungkapan laporan keuangan dengan struktur modal dan tipe kepemilikan perusahaan. Dengan mengambil sampel sebanyak 32 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEJ. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa tidak adanya hubungan yang signifikan antara prosentase kepemilikan saham oleh publik dengan kelengkapan pengungkapan. Hal ini dikarenakan investor publik yang kebanyakan investor kecil tidak mempunyai kekuatan tawar yang seimbang dengan manajemen, sehingga tidak ada perbedaan besarnya tuntutan informasi antara situasi jika mayoritas saham perusahaan dimiliki oleh publik.

Ainun dan Fuad dalam Rahmawati (2009) menyatakan proporsi saham publik oleh investor luar dapat mempengaruhi kelengkapan pengungkapan oleh perusahaan. Proporsi kepemilikan saham oleh publik yang besar akan menyebabkan semakin banyak pihak yang membutuhkan informasi tentang perusahaan, sehingga semakin banyak detail-detail butir yang dituntut untuk dibuka dan dengan demikian pengungkapan perusahaan semakin luas.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Simanjuntak dan Widiastuti (2004) mengemukakan bahwa porsi kepemilikan saham oleh investor luar

keuangan pada industri manufaktur. Marwata (2006) meneliti pengaruh struktur kepemilikan publik terhadap kualitas ungkapan sukarela pada laporan tahunan. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa besarnya kepemilikan publik tidak berpengaruh terhadap kualitas ungkapan sukarela pada laporan tahunan.

Dari landasan teori dan penelitian yang telah dilakukan diatas, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₄ : kepemilikan saham oleh publik berpengaruh positif terhadap pengungkapan informasi sosial.

5. Ukuran Dewan Komisaris dan Pengungkapan Informasi Sosial

Berkaitan dengan ukuran dewan komisaris, Coller dan Gregory dalam Sembiring (2005), menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya. Hasil penelitian Sembiring (2005) berhasil membuktikan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan informasi sosial. Hal ini menunjukkan dukungan terhadap teori agensi dan teori legitimasi seperti yang dipaparkan Cowen *et al.* dalam Sembiring (2005) yang menyatakan bahwa perusahaan yang lebih besar akan melakukan lebih banyak

aktivitas, memberikan dampak yang lebih besar terhadap masyarakat, mempunyai lebih banyak pemegang saham yang boleh jadi terkait dengan program sosial perusahaan, dan laporan tahunan akan menjadi alat yang efisien untuk menyebarkan informasi ini.

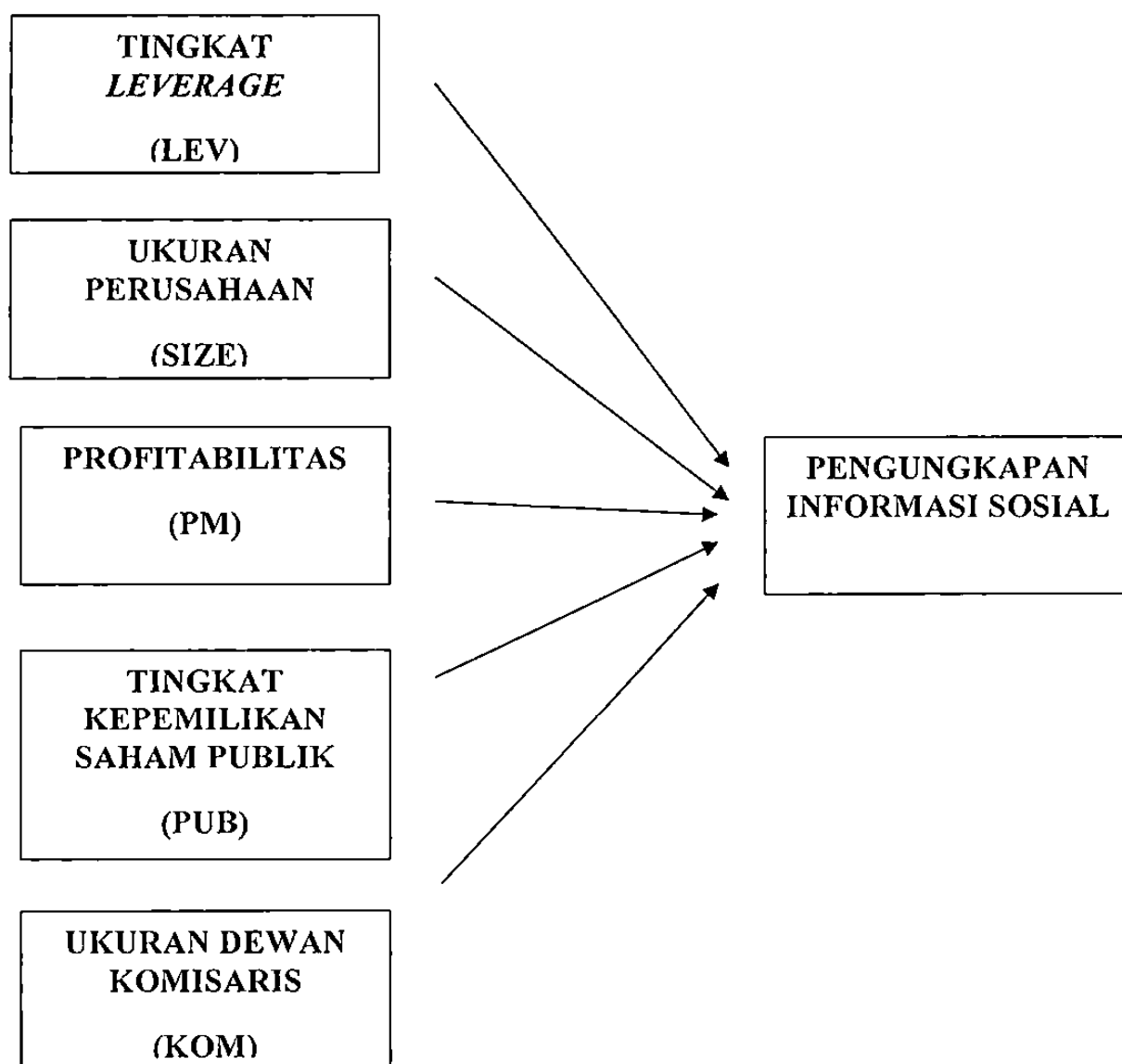
Hasil ini juga berhasil mendukung hasil penelitian Arifin dalam Atmojo (2008) yang menemukan bahwa dewan komisaris berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan sukarela yang dibuat perusahaan di Indonesia.

Oleh karena itu, sejalan dengan pendapat Coller dan Gregory dalam Sembiring (2005), hipotesis berikut ini dikemukakan:

H₅: Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan informasi sosial.

C. Model Penelitian

Model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini terlihat pada gambar 2.1



Gambar 2.1