

PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP TINGKAT PENGUNGKAPAN INFORMASI SOSIAL PERUSAHAAN: STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN YANG TERGOLONG *HIGH PROFILE* YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Puji Handayati

Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang
Jalan Semarang Nomor 5, Malang, Jawa Timur, 65145
Telepon +62 341 551312, Fax. +62 341 551921
Email: puji226@yahoo.com

ABSTRACT

Every company has a different characteristics one another. It's shall be deemed to affect the decisions of companies' social disclosure in its annual report. The company characteristic can be seen from several factors, including company size, profitability, and leverage. This study aims to determine the effect of company characteristics in terms of company size, profitability, and leverage on the level of social disclosure in annual reports of companies partially or simultaneously. The study population is a hight profil firm listed in Indonesian Stock Exchange period 2008 and 2009, using purposive sampling the sample obtained 40 companies. The results of this study indicate that the partially only company size have positive significant influence to the social disclosure in corporate annual reports. But, simultaneously the variables company size, profitability and leverage have significant influence to social disclosure in corporate annual reports. Suggestions from this research are: further research are expected to use longer observation period in order to explain corporate social disclosure more perfectly, use research samples which is not only limited to high profile companies, and use othervariables to find new standard prediction model of corporate

social disclosure, the company management is expected to be more open in revealing the activities related to social responsibility in its annual report and the government and IAI are expected to make new policy so the disclosure of corporate social responsibility could be mandatory disclosure, considering the companies social disclosure in Indonesia still in low level.

Keywords: company characteristic, social disclosure, company size, profitably, leverage

PENDAHULUAN

Dewasa ini telah banyak tuntutan pada perusahaan untuk lebih memperhatikan sektor-sektor yang mendukung kinerja perusahaan dalam kegiatan operasinya. Tuntutan tersebut dikarenakan pengakomodasian unsur tanggungjawab sosial yang belum dijalankan oleh perusahaan dengan baik dan wajar dalam proses penilaian dampak sosial maupun dalam pelaporan. Ini dibuktikan dengan begitu banyak timbul konflik dan masalah pada industrial seperti demonstrasi dan protes yang menyiratkan ketidakpuasan. Berbagai elemen masyarakat di sekitar

lokasi pabrik merasa terganggu akibat limbah atau polusi yang timbul sehingga memberi dampak negatif terhadap lingkungan. Para buruh sering kali melakukan demo dan mogok kerja akibat kebijakan upah dan pemberian fasilitas kesejahteraan yang diterapkan perusahaan tidak mencerminkan rasa keadilan. Hubungan yang tidak selalu harmonis antara dunia usaha dengan konsumennya juga sering terjadi. Berbagai kasus, seperti biskuit beracun, makanan yang mengandung lemak babi, minuman dengan bahan pengawet yang berbahaya, bahkan pencemaran lingkungan yang akhir-akhir ini sering terjadi menunjukkan ketidakharmonisan hubungan tersebut. Misalnya kasus pencemaran dan perusakan lingkungan oleh PT Lapindo Brantas di Sidoarjo sehingga menyebabkan adanya luapan lumpur di sekitar perusahaan. Demikian juga dengan pencemaran lingkungan yang dilakukan PT Newmont Minahasa Raya di Buyat.

Terkait dengan tuntutan-tuntutan tersebut yang berkaitan dengan kinerja perusahaan dalam pengelolaan lingkungan hidup, maka perusahaan dituntut untuk memiliki laporan tentang lingkungan hidup, di samping laporan keuangan perusahaan yang dikeluarkan setiap tahun. Informasi pertanggungjawaban sosial tersebut dapat dijadikan alat kontrol bagi perusahaan untuk mengetahui sejauh mana tanggungjawab perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya. Aspek pertanggungjawaban sosial ini dapat diungkapkan di dalam laporan tahunan atau dilaporkan dalam bentuk laporan pertanggungjawaban sosial perusahaan sebagai salah satu elemen laporan keuangan secara keseluruhan. Pelaporan perusahaan mengenai interaksi terhadap aspek sosial dan lingkungan dikenal dengan istilah *Corporate Social Reporting (CSR)*.

Seiring dengan perkembangan perusahaan yang semakin pesat saat ini, maka akuntansi pertanggungjawaban sosial sangat dibutuhkan oleh perusahaan-perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasinya berdasarkan karakteristiknya masing-masing. Karakteristik tersebut dapat dilihat dari beberapa faktor, seperti ukuran perusahaan, *profitabilitas*, dan *leverage*. Karakteristik tersebut dianggap dapat mempengaruhi keputusan pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunannya. Melalui pengungkapan sosial pada laporan tahunan, masyarakat dapat memantau

aktivitas-aktivitas yang dilakukan perusahaan dalam rangka memenuhi tanggungjawab sosialnya. Dengan cara demikian, perusahaan akan memperoleh perhatian, kepercayaan, dan dukungan dari masyarakat sehingga perusahaan dapat tetap eksis. Selain itu, pihak investor pun akan memberi nilai tambah pada perusahaan tersebut untuk dijadikan sebagai mitra bisnis dengan melihat laporan pertanggungjawaban sosial yang dikeluarkan oleh perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pertanggungjawaban sosial perusahaan.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Dalam pandangan klasik dikatakan bahwa tanggungjawab perusahaan pada dasarnya hanya terbatas pada usaha mencari laba maksimal. Jika perusahaan dapat mengumpulkan laba yang sebesar-besarnya tanpa memperhatikan efek sosialnya, berarti perusahaan sudah memenuhi panggilan tugasnya sebagai badan usaha. Namun, pada kenyataannya tujuan perusahaan tidak hanya mencari keuntungan semata tetapi harus pula memperhatikan pihak-pihak tertentu yang mempunyai kepentingan. Perusahaan harus melepaskan diri dari tujuan hanya mencari keuntungan dengan memperluas tanggungjawab manajemen. Perusahaan tidak hanya punya tanggungjawab ekonomi dan hukum, tetapi juga tanggungjawab tertentu terhadap sosial di luar kewajiban utamanya.

Tanggungjawab sosial perusahaan atau yang biasa disebut dengan *corporate social responsibility (CSR)* secara konseptual menyatakan bahwa organisasi memiliki sebuah tanggungjawab terhadap lingkungannya, yaitu tanggungjawab terhadap konsumennya, karyawan, pemegang saham, serikat buruh, dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan (Gorin, 2008:2). Hal senada juga diungkapkan oleh Davis (1993) yang mendefinisikan CSR sebagai kewajiban para pembuat keputusan perusahaan untuk melakukan tindakan guna melindungi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat menuju pada kehidupan yang lebih baik. Kedua definisi di atas diperkuat juga oleh Pujiningsih (2008:16) yang juga mengungkapkan bahwa tanggungjawab sosial perusahaan sebagai konsekuensi logis perusahaan

akibat aktivitas yang dilakukannya kepada masyarakat.

Sebuah definisi luas oleh *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) yaitu suatu asosiasi global yang terdiri dari sekitar 200 perusahaan yang secara khusus bergerak di bidang pebangunan berkelanjutan, menyatakan bahwa CSR adalah suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjanya beserta seluruh keluarganya. Berdasarkan berbagai definisi tentang CSR, dapat disimpulkan bahwa tanggungjawab sosial merupakan bentuk kewajiban perusahaan yang dibuat oleh manajemen sebagai bentuk tanggungjawab perusahaan terhadap masyarakat, lingkungan, maupun pihak-pihak berkepentingan lainnya berkaitan dengan kegiatan dan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan sosial.

Bradshaw (1993) mengemukakan bahwa berdasarkan luas pengungkapannya, ada tiga bentuk tanggungjawab sosial perusahaan yaitu 1) *corporate philanthropy*, merupakan tanggungjawab sosial perusahaan yang berada pada sebatas kedermawanan atau kerelaan belum sampai pada tanggungjawabnya. Bentuk tanggung jawab ini dapat merupakan kegiatan amal, sumbangan, atau kegiatan lain yang mungkin saja tidak langsung berhubungan dengan kegiatan perusahaan; 2) *corporate responsibility*, merupakan kegiatan pertanggungjawaban sebagai bagian tanggungjawab perusahaan baik karena ketentuan peraturan perundangan atau bagian dari kemauan atau kesediaan perusahaan; dan 3) *corporate policy*, merupakan tanggungjawab sosial perusahaan sebagai bagian dari kebijakannya. Berdasarkan klasifikasi tersebut dapat disimpulkan bahwa perusahaan melakukan tanggungjawab sosialnya karena adanya kebijakan dari perusahaan itu sendiri, baik tersusun dalam bentuk ketentuan atau peraturan perusahaan, maupun hanya sebatas gerakan moral.

Pengungkapan menurut Hendriksen dan Breda (2000:74) adalah penyediaan sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal yang lebih luas. Pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan merupakan bentuk upaya perusahaan untuk menyajikan informasi komprehensif bagi para pemakai laporan keuangan, mengingat hal yang

diungkap akan sangat berpengaruh terhadap sikap dan keputusan yang diambil oleh para pemakai laporan keuangan. Secara sederhana, Suryani (2007:11) mengatakan bahwa pengungkapan dapat diartikan sebagai pengeluaran informasi yang disajikan dalam laporan tahunan. Secara konseptual, pengungkapan merupakan bagian integral dari pelaporan keuangan. Secara teknis, pengungkapan merupakan langkah akhir dalam proses akuntansi yaitu penyajian informasi dalam bentuk seperangkat penuh *statement* keuangan (Suwardjono, 2005:35). Informasi yang diungkapkan harus berguna dan tidak membingungkan pemakai laporan keuangan dalam membantu pengambilan keputusan ekonomi.

Security Exchange Commission (SEC) dalam Utomo (2000) mengemukakan bahwa tujuan pengungkapan Laporan Keuangan adalah untuk *protective disclosure* dan *informative disclosure*. Adapun tujuan CSR adalah untuk meningkatkan citra perusahaan dan membebaskan akuntabilitas organisasi atas dasar asumsi adanya kontrak sosial di antara organisasi dan masyarakat (Rusmanita, 2000:23). Keberadaan kontrak sosial ini menuntut dibebaskannya akuntabilitas sosial. Jadi pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan itu bertujuan untuk melindungi investor atau untuk memberikan informasi pada para pemakai laporan keuangan atau bahkan mencakup keduanya. Untuk itulah maka pertanggungjawaban sosial perusahaan perlu diungkapkan dalam perusahaan sebagai wujud pelaporan tanggungjawab sosial kepada masyarakat. Di samping itu, untuk menunjukkan bahwa perusahaan telah melakukan kegiatan sosial, telah ikut berperan serta dalam masalah sosial, serta untuk mengevaluasi *social performance* perusahaan, karena dengan *social performance* masyarakat dapat membentuk *image* positif atau negatif.

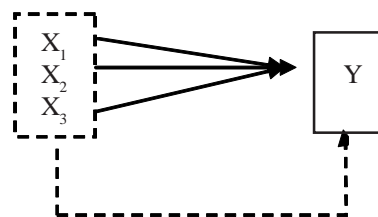
Karakteristik perusahaan dapat dilihat dari berbagai faktor, antara lain ukuran perusahaan, *profitabilitas*, dan *leverage*. Karakteristik perusahaan tersebut dianggap dapat mempengaruhi keputusan pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunannya. Gray *et al.* (1995) meneliti laporan tahunan 100 perusahaan di Inggris, dimana laporan tersebut diteliti berdasarkan tipe-tipe pengungkapan dan karakteristik perusahaan baik secara tahun per tahun maupun secara total keseluruhan selama delapan

tahun. Penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa pengungkapan masalah lingkungan lebih kecil apabila dibandingkan dengan tipe pengungkapan yang lain. Berdasarkan penelitian secara keseluruhan dalam delapan tahun, menunjukkan bahwa perusahaan cenderung untuk lebih banyak memiliki pengungkapan masalah sosial dalam laporan tahunannya.

Perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* terhadap informasi yang lebih tinggi dibanding dengan perusahaan yang berukuran kecil. Di samping itu, perusahaan besar mempunyai biaya produksi informasi yang lebih rendah yang berkaitan dengan pengungkapannya atau biaya *competitive disadvantage* yang lebih rendah pula, memiliki biaya keagenan yang lebih besar yang tentu akan mengungkapkan informasi yang lebih luas sebagai cara untuk mengurangi biaya keagenan yang dikeluarkan. Di samping itu, Fitriani (2001) membuktikan bahwa variabel *net profit margin* (NPM) mempunyai hubungan positif dengan kelengkapan pengungkapan. Jadi semakin tinggi NPM suatu perusahaan maka semakin tinggi indeks kelengkapan pengungkapannya. Berdasarkan uraian tersebut maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

- H₁**: ukuran perusahaan berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan.
- H₂**: tingkat *profitabilitas* perusahaan berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan.
- H₃**: tingkat *leverage* berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan.

Penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori yang bertujuan untuk menguji hubungan antarvariabel penelitian. Tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan informasi sosial dalam laporan tahunan perusahaan. Karakteristik perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini didasarkan pada ukuran perusahaan (*size*), *profitabilitas* dan tingkat *leverage*. Kerangka pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) dapat digambarkan sebagai berikut:



- X1 = Ukuran Perusahaan
- X2 = *Profitabilitas*
- X3 = *Leverage*
- Y = Pengungkapan Informasi sosial
- = Secara parsial
- > = Secara simultan

Gambar 1
Hubungan Antar Variabel

Ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya perusahaan. Semakin besar ukuran suatu perusahaan, maka akan semakin banyak mendapat perhatian dari pasar maupun publik secara umum. Ukuran perusahaan dalam penelitian ini dilihat dari total *asset* perusahaan. *Profitabilitas* perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Tingkat *profitabilitas* dalam penelitian ini diukur berdasarkan *net profit margin* (NPM) yaitu laba bersih dibagi dengan pendapatan yang diperoleh perusahaan selama tahun berjalan.

$$NPM = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Pendapatan}}$$

Leverage menunjukkan penggunaan biaya tetap dalam usaha meningkatkan keuntungan. *Leverage* keuangan dalam penelitian ini diukur dari total utang dibagi dengan total *asset*.

$$LEV = \frac{\text{Total utang}}{\text{Total asset}}$$

Pengungkapan sosial adalah pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan informasi bagi para *stakeholder*. Pengungkapan sosial menunjukkan seberapa banyak

item-item pengungkapan yang diisyaratkan telah diungkapkan. Dalam penelitian ini item-item pengungkapan yang digunakan untuk mengukur pengungkapan sosial didasarkan pada ISO 26000 *Guidance Standard on Social Responsibility* yang terdiri dari 34 item dalam 7 tema pokok pengungkapan.

Pengungkapan sosial menunjukkan seberapa banyak item-item pengungkapan yang diisyaratkan telah diungkapkan. Dengan menyesuaikan item-item

pengungkapan sosial dalam ISO 26000 *Guidance Standard on Social Responsibility* yang mencakup 34 item dalam 7 tema pokok, yang disajikan dalam Tabel 1 berikut ini:

Dalam penelitian ini, alat ukur yang digunakan untuk mengukur pengungkapan sosial perusahaan adalah *Corporate Social Responsibility Index (CSRI)* yang didasarkan pada item-item yang terdapat dalam ISO 26000 *Guidance Standard on Social Responsibility*. CSRI dapat dirumuskan sebagai berikut:

Tabel 1
Tema Pengungkapan Sosial

No	Tema Pengungkapan	Item Pengungkapan
1	Pengembangan Masyarakat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterlibatan di masyarakat 2. Penciptaan lapangan kerja 3. Pengembangan teknologi 4. Kekayaan dan pendapatan 5. Investasi yang bertanggungjawab 6. Pendidikan dan kebudayaan 7. Kesehatan 8. Peningkatan kapasitas
2	Konsumen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Praktik pemasaran, informasi dan kontrak yang adil 2. Penjagaan kesehatan dan keselamatan konsumen 3. Konsumsi yang berkelanjutan 4. Penjagaan data dan privasi konsumen 5. Pendidikan dan penyadaran
3	Praktek Kegiatan Institusi yang Sehat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Anti korupsi 2. Keterlibatan yang bertanggungjawab dalam politik 3. Kompetisi yang adil 4. Promosi tanggung jawab sosial dalam rantai pemasok 5. Penghargaan terhadap <i>property right</i>
4	Lingkungan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pencegahan polusi 2. Penggunaan sumber daya yang berkelanjutan 3. Mitigasi dan adaptasi terhadap perubahan iklim 4. Perlindungan dan pemulihan lingkungan
5	Ketenagakerjaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesempatan kerja dan hubungan pekerjaan 2. Kondisi kerja dan jaminan sosial 3. Dialog dengan berrbagai pihak 4. Kesehatan dan kemanan kerja 5. Pengembangan sumber daya manusia
6	Hak Asasi Manusia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Non diskrimasi dan perhatian pada kelompok rentan 2. Menghindari kerumitan 3. Hak-hak sipil dan politik 4. Hak-hak dasar pekerja
7	<i>Organizational Governance</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proses dan struktur pengambilan keputusan 2. Pendelegasian kekuasaan

Sumber: <http://www.csrintonesia.org>

$$CSRI = \frac{\sum \text{item yang diungkapkan oleh perusahaan}}{\sum \text{item menurut ISO 26000}} \times 100\%$$

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang tergolong perusahaan *high profile* yang *listing* di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode tahun 2008 – 2009. Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 213 perusahaan. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel dengan berdasarkan kriteria tertentu secara tidak acak. Kriteria-kriteria yang digunakan dalam penelitian sampel adalah 1) perusahaan tergolong *high profile* yang terdaftar di BEI periode 2008-2009; 2) perusahaan-perusahaan yang tergolong *high profile* yang tergolong jenis perusahaan pertambangan, *agriculture*, rokok, bahan dasar dan kimia, semen, otomotif, farmasi, *consumer*, dan telekomunikasi; 3) perusahaan tersebut menerbitkan laporan keuangan tahunan periode 2008 dan 2009 serta menyerahkan laporan tahunannya tersebut kepada BAPEPAM dan telah mempublikasikannya berturut-turut; dan 4) informasi pengungkapan sosial diungkapkan pada laporan tahunan perusahaan yang bersangkutan selama periode 2008-2009.

Berdasarkan 4 karakteristik sampel maka diperoleh 40 perusahaan sampel. Model regresi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen. Hubungan antara karakteristik perusahaan dengan tingkat pengungkapan informasi sosial dirumuskan sebagai berikut:

$$PS = a + b_1SIZE + b_2NPM + b_3LEV + e$$

dimana PS : tingkat pengungkapan informasi sosial
 SIZE : ukuran Perusahaan
 NPM : *Net Profit Margin* (profitabilitas)
 LEV : *leverage*
 a : konstanta
 b : koefisien
 e : tingkat kesalahan

HASIL PENELITIAN

Pengungkapan sosial pada penelitian ini diukur dengan menggunakan *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI) yang didasarkan pada *ISO 26000 Guidance Stan-*

dard on Social Responsibility. Tema pokok pengungkapan sosial dalam CSRI ini terdiri dari 34 item pengungkapan yang terdiri dari 7 tema pokok pengungkapan yang meliputi pengembangan masyarakat, konsumen, praktik kegiatan institusi yang sehat, lingkungan, ketenagakerjaan, hak asasi manusia, serta *organizational governance*. Dalam penelitian ini item pengungkapan yang paling banyak diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan tahunannya adalah kategori *organizational governance* yang meliputi proses dan struktur pengendalian keputusan serta pengendalian kekuasaan. Data jumlah pengungkapan sosial perusahaan sampel ditunjukkan pada Tabel 2 berikut.

Berdasarkan Tabel 2, dari jumlah 40 perusahaan sampel selama dua tahun berturut-turut yaitu tahun 2008 dan 2009 yang mempunyai rata-rata pengungkapan sosial paling banyak adalah PT. Astra International Tbk. (ASII) dan PT. United Traktor Indonesia Tbk. (UNTR) yaitu sebesar 100%, sedangkan perusahaan sampel yang mempunyai rata-rata pengungkapan sosial paling sedikit adalah PT. AKR Corporindo Tbk. yaitu sebesar 60,29%. Di samping itu, rata-rata pengungkapan sosial perusahaan sampel pada tahun 2008 sebesar 77,72%, menunjukkan angka yang lebih kecil dibandingkan rata-rata pengungkapan sosial perusahaan sampel pada tahun 2009 yang sebesar 81,56%.

PEMBAHASAN

Pengujian terhadap hipotesis penelitian pengaruh ukuran perusahaan (*size*) terhadap tingkat pengungkapan informasi sosial menunjukkan nilai *p-value* pada variabel ukuran perusahaan (*size*) (X_1) lebih kecil dari *level of significant* ($\alpha = 0,05$) yaitu $0,000 < 0,05$. Di samping itu, berdasarkan hasil uji t menunjukkan nilai t-hitung yang lebih besar dari nilai t-tabel yaitu $4,487 > 1,685$ dan nilai koefisien regresi sebesar 11,121. Hasil ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang tercermin dalam total aktiva memiliki pengaruh positif signifikan terhadap tingkat pengungkapan informasi sosial dalam laporan tahunan perusahaan. Ketika nilai total aktiva perusahaan meningkat, pihak manajemen tentu akan mengungkapkan informasi sosialnya lebih banyak lagi. Hal ini dikarenakan semakin tinggi nilai total aktiva

Tabel 2
Pengungkapan Sosial Perusahaan Sampel

No.	Kode Perusahaan	2008		2009		Rata-rata % Σ item
		Σ Item	% Σ item	Σ Item	% Σ item	
1.	AKRA	21	60,82	21	61,76	60,29
2.	ANTM	29	85,29	29	85,29	85,29
3.	APEX	33	97,06	33	97,06	97,06
4.	ASII	34	100	34	100	100
5.	ATPK	21	61,76	22	64,71	63,235
6.	BISI	31	91,18	23	67,65	79,415
7.	BTEL	28	82,35	26	74,53	77,94
8.	BUMI	32	94,12	32	94,12	94,12
9.	DVLA	22	64,71	22	64,71	64,71
10.	ENRG	24	70,59	24	70,59	70,59
11.	EXCL	24	70,59	26	76,47	73,53
12.	FREN	24	70,59	24	70,59	70,59
13.	IDKM	20	58,82	22	64,71	61,765
14.	INAF	28	82,35	24	70,59	76,47
15.	INCO	32	94,12	31	91,18	92,65
16.	INDF	30	88,23	31	91,18	89,705
17.	INTA	23	67,65	31	91,18	79,415
18.	INTP	25	73,53	28	82,35	77,94
19.	ISAT	28	82,35	31	91,18	86,765
20.	KAEF	23	67,65	27	79,41	73,53
21.	KLBF	24	70,59	28	82,35	76,47
22.	LTLS	20	58,82	26	76,47	67,645
23.	MEDC	30	88,23	32	94,12	91,175
24.	MLBI	21	61,76	26	76,47	69,115
25.	MNCN	30	88,23	31	91,18	89,705
26.	PGAS	31	91,18	32	94,12	92,65
27.	PTBA	28	82,35	30	88,23	85,29
28.	SGRO	30	88,23	33	97,06	92,645
29.	SMAR	25	70,79	27	79,41	75
30.	SMGR	27	79,41	29	85,12	82,265
31.	SOBI	24	70,59	24	70,59	70,59
32.	TCID	23	67,65	24	70,58	69,115
33.	TINS	28	82,35	30	88,23	85,29
34.	TLKM	28	82,35	28	82,35	82,35
35.	TURI	20	58,82	25	73,53	66,175
36.	ULTJ	23	67,65	24	70,58	69,115
37.	UNIC	20	58,82	23	67,65	63,235
38.	UNSP	28	82,35	30	88,23	85,29
39.	UNTR	34	100	34	100	100
40.	UNVR	34	97,09	34	97,09	97,06

Sumber: ICMD tahun 2008-2009.

perusahaan, maka perusahaan tersebut semakin besar. Hasil penelitian ini tidak sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami (2004) dan Rosmasita (2007) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial suatu perusahaan. Perbedaan hasil ini disebabkan oleh beberapa hal, di antaranya dalam penelitian Utami (2005) ukuran perusahaan diprosikan dalam jumlah tenaga kerja perusahaan dan perusahaan sampel yang digunakan adalah perusahaan yang tergolong *environmental sensitive*. Rosmasita (2007) dalam penelitiannya menggunakan sampel perusahaan manufaktur serta item pengungkapan sosial yang diteliti menggunakan *Public Environmental Reporting Initiative* (PERI) serta menyesuaikan butir-butir yang ada dengan Standar Akuntansi Keuangan (SAK).

Pengujian terhadap hipotesis penelitian pengaruh profitabilitas terhadap tingkat pengungkapan informasi sosial menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan informasi sosial. Hal ini didasarkan pada hasil analisis regresi linear yang menunjukkan nilai *-p-value* NPM (X_2) yang lebih besar dari *level of significant* ($\alpha = 0,05$), yaitu $0,237 > 0,05$ dan nilai *t*-hitung yang lebih kecil dari *t*-tabel yaitu $1,202 < 1,685$. Nilai koefisien regresi pada hasil uji *t* menunjukkan nilai sebesar 15,017 yang berarti bahwa terdapat hubungan positif antara profitabilitas yang diprosikan dalam *Net Profit Margin* (NPM) dengan tingkat pengungkapan informasi sosial perusahaan. Jadi semakin tinggi NPM suatu perusahaan maka semakin tinggi indeks kelengkapan pengungkapannya. Data laporan tahunan perusahaan yang dijadikan sampel juga membuktikan bahwa profitabilitas tidak mempengaruhi tingkat pengungkapan informasi sosial. PT. Indofarma (persero) Tbk. (INAF) memiliki nilai rata-rata NPM yang paling tinggi namun perusahaan tersebut memiliki nilai rata-rata pengungkapan sosial yang hanya sebesar 76,47%. Hal tersebut membuktikan bahwa NPM memiliki hubungan positif tidak signifikan terhadap tingkat pengungkapan informasi sosial perusahaan.

Pengujian terhadap hipotesis penelitian pengaruh *leverage* terhadap tingkat pengungkapan informasi sosial menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar -1,890 yang berarti terdapat hubungan negatif antara *leverage* dengan tingkat pengungkapan

informasi sosial perusahaan. Semakin tinggi tingkat *leverage* suatu perusahaan maka tingkat pengungkapan informasi sosial perusahaan akan rendah. Hasil ini juga dapat dibuktikan dari nilai rata-rata perusahaan sampel yang memiliki tingkat *leverage* paling tinggi yaitu PT. AKR Corporindo Tbk. (AKRA) yaitu sebesar 0,585 dengan nilai rata-rata pengungkapan sosial hanya sebesar 60,29% atau nilai rata-rata pengungkapan sosial paling rendah di antara perusahaan sampel lainnya. PT AKR Corporindo Tbk. (AKRA) lebih banyak menungkapkan informasi sosialnya khususnya pada tema ketenagakerjaan dan lingkungan dari total 7 tema pengungkapan sosial menurut ISO 26000 *Guidance Standard on Social Responsibility*.

Menurut teori agensi tingkat *leverage* mempunyai pengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial. Manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggungjawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *stakeholders*. Oleh karena itu, perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk memenuhi kebutuhan informasi kreditur jangka panjang, sehingga perusahaan akan menyediakan informasi secara lebih komprehensif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *leverage* memiliki hubungan negatif dan tidak berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan informasi sosial. Di samping itu, beberapa penelitian terdahulu yang sejalan dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005) dan Rosmasita (2007) yang menyebutkan bahwa *leverage* yang diprosi dengan rasio utang terhadap modal sendiri menunjukkan pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Kesamaan hasil ini karena pada penelitian Sembiring (2005) dan Rosmasita (2007) *leverage* perusahaan diprosikan dalam rasio utang terhadap modal.

Pengujian terhadap hipotesis penelitian pengaruh ukuran perusahaan (*size*), profitabilitas, dan *leverage* terhadap tingkat pengungkapan informasi sosial menunjukkan bahwa ukuran perusahaan (*size*), *profitabilitas* dan *leverage* secara bersama-sama mempengaruhi tingkat pengungkapan informasi sosial dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari nilai *F*-hitung sebesar 7,977 dengan tingkat

signifikansi 0,000. Hasil analisis data juga menunjukkan bahwa *Adjusted R Square* menunjukkan angka 34,9%. Hal ini berarti 34,9% variabel dependen pengungkapan sosial dijelaskan oleh variabel independen yang terdiri dari Ukuran Perusahaan (*size*), Profitabilitas, dan *Leverage* dan sisanya 65,1% dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel yang digunakan. Nilai F hitung sebesar 7,977 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai probabilitas sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis penelitian diterima yang berarti karakteristik perusahaan secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat pengungkapan informasi sosial dalam laporan tahunan perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil beberapa penelitian terdahulu yang mengungkapkan bahwa karakteristik perusahaan secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat pengungkapan informasi sosial dalam laporan tahunan perusahaan, seperti penelitian Sembiring (2005) yang menyatakan bahwa secara simultan, *size*, profitabilitas, *profile*, ukuran dewan komisaris, dan *leverage* berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan tanggungjawab sosial. Namun pada penelitian ini ukuran dewan komisaris tidak disertakan dalam variabel penelitian.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Simpulan hasil penelitian ini adalah 1) ukuran perusahaan yang tercermin dalam total aktiva memiliki pengaruh positif signifikan terhadap tingkat pengungkapan informasi sosial dalam laporan tahunan perusahaan. Ketika nilai total aktiva perusahaan meningkat, pihak manajemen tentu akan mengungkapkan informasi sosialnya lebih banyak lagi; 2) profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan informasi sosial; 3) *leverage* dengan tingkat pengungkapan informasi sosial perusahaan mempunyai hubungan negatif karena semakin tinggi tingkat *leverage* suatu perusahaan maka tingkat pengungkapan informasi sosial perusahaan akan rendah; dan 4) ukuran perusahaan (*size*), *profitabilitas* dan *leverage* secara bersama-sama mempengaruhi tingkat pengungkapan informasi sosial dalam laporan tahunan perusahaan.

Saran

Berdasarkan pembahasan pada penelitian ini, maka saran-saran yang diajukan adalah sebagai berikut: 1) bagi manajemen perusahaan diharapkan lebih terbuka dalam mengungkapkan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan tanggungjawab sosial dalam laporan tahunannya; 2) pemerintah dan Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) diharapkan mampu merumuskan suatu kebijakan untuk menjadikan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan sebagai *mandatory disclosure* mengingat masih rendahnya tingkat pengungkapan informasi sosial perusahaan-perusahaan di Indonesia; dan 3) penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan periode pengamatan yang lebih lama sehingga dapat lebih menjelaskan pengungkapan sosial perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Almilia, Luciana Spica dan Retrinasari, Ikka. 2007. *Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Kelengkapan Pengungkapan dalam Laporan Tahunan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di BEJ*. Makalah dalam *Proceeding Seminar Nasional, Inovasi dalam Menghadapi Perubahan Lingkungan Bisnis*, FE Universitas Trisakti Jakarta, 9 Juni 2007.
- Anggraini, Fr. Reni Retno. 2006. *Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Tahunan*. Makalah disajikan dalam Simposium Nasional Akuntansi IX, Ikatan Akuntan Indonesia-Komisi Akuntansi Keuangan dan Pasar Modal, Padang 25-26 Agustus 2006.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Jakarta : Penerbit UI (UI) Press.
- Belkaoui dan Riahi, Ahmed. 2006. *Accounting Theory. Edisi 5. Buku Satu*. Jakarta: Salemba Empat.

- Belkaoui, Ahmed and Philip G. Karpik. 1989. "Determinant of the Corporate Decision to Disclose Social Information". *Accounting, Auditing, and Accountability Journal*. Vol. 2, No. 1:36-51.
- Chariri, Anis dan Ghozali, Imam. 2001. *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Daniri, 2008. *Standarisasi Tanggungjawab Sosial Perusahaan*. (<http://www.menlh.go.id>). diakses 2 Oktober 2009.
- Daniri, 2009. *CSR based on ISO 26000 Guidance Standard on Social Responsibility*. (<http://www.csrindonesia.org>) diakses 8 September 2009.
- Fitriani. 2001. *Signifikasi Perbedaan Tingkat Kelengkapan Pengungkapan Wajib dan Sukarela Pada Laporan Keuangan Perusahaan Publik Yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta*. Makalah dipresentasikan dalam Simposium Nasional Akuntansi IV.
- Gorin, 2008. *Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial (Concern Ke Karyawan)*. (<http://www.one.indoskripsi.com>) diakses 15 Oktober 2009.
- Hackston, David and Markus J. Milne. 1996. "Some Determinants of Social and Environmental Disclosure in New Zealand Companies". *Accounting, Auditing, and Accountability Journal*, Vol. 9 No. 1:77-108.
- Harahap, Sofyan S. 2007. *Teori Akuntansi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Hendriksen, Eldon S, Michael F Van Breda, 2000. *Teori Akuntansi*. Jakarta: Interaksa.
- Indonesian Capital Market Directory 2008. Jakarta Stock Exchange.
- Indonesian Capital Market Directory 2009. Jakarta Stock Exchange.
- Indriantoro, N., Supomo, B. 1998. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Jensen, C. Michael and Meckling, W. H. 1976. "Theory of The Firm Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure". *Journal of Financial Economics*. (<http://www.ssrn.com>) diakses 14 Maret 2010.
- Jogiyanto. 2004. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Mattews, MR. 1997. "Twenty-five Years of Social and Environmental Accounting Research: Is There A Silver Jubille to Celebrate?" *Accounting, Auditing, and Accountability Journal*. Vol. 10, No. 4.
- Pallazi, Marcello, and Stracher, George. 1995. *Corporate Social Responsibility and Business Success*. (<http://www.findarticles.com>) diakses 2 Oktober 2009.
- Pujiningsih, S. 2008. *Akuntansi Sosial*. Malang: FE UM.
- Rosmasita, H. 2007. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial (Social Disclosure) dalam Laporan Keuangan Tahunan Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Jakarta*. (<http://pustaka.net/akuntansi.pdf>) diakses 18 Oktober 2009.
- Sembiring, Eddy R. 2005. *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta*. Makalah disajikan dalam Simposium Nasional Akuntansi VII, Ikatan Akuntan Indonesia-Kompartemen Akuntan Pendidik, Solo 15-16 September 2005.
- Sulastini, Sri. 2007. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Social Disclosure Perusahaan Manufaktur yang telah Go Public*. (<http://www.one.indoskripsi.com>) diakses 15 Oktober 2009.

Suryani. 2007. *Pengaruh Profile dan Size Perusahaan terhadap Luas Pengungkapan Sukarela pada Perusahaan Food and Beverages yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta.* (<http://www.one.indoskripsi.com>) diakses 15 Oktober 2009.