

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Dalam menghadapi dampak globalisasi, kemajuan teknologi informasi dan keterbukaan pasar, perusahaan harus secara serius dan terbuka dalam memperhatikan pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility*. 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 terhadap lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya, yang dapat dibuat dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial terpisah (Guthrie dan Mathews, 1985 dalam Eddy, 2005).

Pengungkapan kinerja lingkungan, sosial, dan ekonomi di dalam laporan tahunan atau laporan terpisah adalah untuk mencerminkan tingkat akuntabilitas, responsibilitas, dan transparansi korporat kepada investor dan *stakeholders* lainnya. Pengungkapan tersebut bertujuan untuk menjalin hubungan komunikasi yang baik dan efektif antara perusahaan dengan publik dan *stakeholders* lainnya tentang bagaimana perusahaan telah mengintegrasikan *corporate social responsibility* (CSR) dalam setiap aspek kegiatan operasinya (Darwin, 2007 dalam Novita & Chaerul, 2008). Selain itu perusahaan juga dapat memperoleh legitimasi

dengan memperlihatkan tanggung jawab sosial melalui pengungkapan CSR dalam media termasuk dalam laporan keuangan tahunan perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang menerapkan CSR berharap akan mendapatkan respon positif oleh para pelaku pasar (Novita & Chaerul, 2008).

Tuntutan terhadap perusahaan untuk dapat memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang semakin bagus (*good corporate governance*) makin memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya. Masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktivitas sosialnya sehingga hak masyarakat untuk hidup aman dan tentram, kesejahteraan karyawan, dan keamanan mengkonsumsi makanan dapat terpenuhi (Reni, 2006).

Pengungkapan sosial yang sekarang ini banyak dilakukan oleh perusahaan terutama perusahaan yang *go public* tidak muncul sendirinya, melainkan suatu proses yang cukup panjang. Operasi perusahaan yang hanya mementingkan keinginan pemegang saham dan mengkonsentrasikan diri pada produksi yang tujuannya adalah untuk memaksimalkan keuntungan menyebabkan terjadi kesenjangan antara perusahaan dengan masyarakat, sehingga melahirkan banyak tuntutan dari masyarakat.

Pengungkapan dan pelaporan pertanggungjawaban sosial perusahaan merupakan masalah yang timbul terutama dalam kaitannya dengan hal-hal yang tidak dapat diukur dengan menggunakan bentuk pengukuran yang telah digunakan dalam akuntansi. Hasil telaah literatur mengindikasikan sejumlah

masalah kompleks yang mengakibatkan IASC (*International Accounting Standard Committee*) belum dapat menerbitkan standar akuntansi sosial- lingkungan, meskipun desakan dari berbagai kelompok investor, organisasi profesi akuntansi, lembaga-lembaga keuangan internasional, pemimpin bisnis dan sejumlah negara semakin kuat (Puguh, 2006).

Peraturan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia tentang Perseroan Terbatas nomor 40 tahun 2007 pasal 74 yaitu:

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan
2. Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada 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 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.

Dari hasil studi literatur yang dilakukan oleh Finch (2005) dalam Reni (2006) menunjukkan bahwa motivasi perusahaan untuk melakukan pengungkapan

sosial lebih banyak dipengaruhi oleh usaha untuk mengkomunikasikan kepada *stakeholders* mengenai kinerja manajemen dalam mencapai manfaat bagi perusahaan dalam jangka panjang. Secara eksplisit aturan perundangan yang mewajibkan perusahaan melaksanakan CSR bisa kontraproduktif, menurunkan daya saing bisnis dan membebani perusahaan. Selama ini beberapa perusahaan besar telah melaksanakan CSR dan mengalokasikan anggaran khusus untuk itu, meski belum ada aturan tertulis yang mewajibkan. Pelaksanaan CSR muncul karena tanggung jawab sosial perusahaan untuk ikut meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar. Jika masyarakat di sekitar perusahaan memiliki kehidupan lebih baik dan sejahtera, ini akan menjamin keamanan bisnis (*business security*), keamanan sosial (*social security*) dan kelangsungan bisnis perusahaan.

Konflik kepentingan antara manajer dengan pemilik perusahaan menjadi semakin besar ketika kepemilikan manajer terhadap perusahaan semakin kecil. Manajer perusahaan akan mengungkapkan informasi sosial dalam rangka untuk meningkatkan *image* perusahaan, meskipun ia harus mengorbankan sumber daya untuk aktivitas tersebut (Gray *et al.*, 1988 dalam Reni, 2006). Hal ini mendukung teori keagenan, yaitu bahwa semakin banyak kepemilikan manajemen di dalam perusahaan, manajer perusahaan akan semakin banyak melakukan kegiatan produktif yang dapat meningkatkan *image* perusahaan. Damsetz (1986) dalam Rika dan Islahuddin (2008) berpendapat bahwa kepemilikan manajerial yang besar akan efektif memonitoring aktivitas perusahaan dan konsentrasi kepemilikan akan meningkatkan nilai saham. Penelitian Reni (2006)

membuktikan bahwa semakin besar kepemilikan manajer di dalam perusahaan, manajer perusahaan akan semakin banyak mengungkapkan informasi sosial.

Perusahaan dalam memperoleh dana tidak hanya mengandalkan modal sendiri tetapi juga mendapatkannya dari hutang jangka panjang yang diperoleh dari pihak kreditur. Semakin tinggi tingkat *leverage* maka kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan menjadi tidak fleksibel, sehingga perusahaan yang mempunyai hutang yang cukup tinggi cenderung sedikit mengungkapkan informasi sosialnya. Hal ini dikarenakan perusahaan tidak mempunyai cukup dana untuk membiayai aktivitas sosialnya, dana atau kas masuk digunakan untuk memenuhi kewajibannya. Penelitian Eddy (2005) menemukan hasil bahwa *leverage* perusahaan tidak berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan informasi sosial. Namun bertentangan dengan hasil penelitian Yuniati (2001) yang membuktikan bahwa semakin tinggi rasio hutang terhadap total aktiva maka semakin luas pula pengungkapan informasi sosial perusahaan.

Profitabilitas perusahaan merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham (Hackston dan Milne, 1996), sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial. Donovan dan Gibson (2000) dalam Eddy (2005) menyatakan bahwa 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. Penelitian Reni (2006) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan informasi sosial.

Dampak sosial perusahaan tergantung pada jenis atau karakteristik operasi perusahaan. Karakteristik operasi perusahaan yang menghasilkan dampak sosial yang tinggi akan menuntut pemenuhan pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih tinggi pula. Hasil penelitian Edwin dan Nurdiono (2007) menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang cukup signifikan dalam penyajian jumlah pengungkapan sosial seluruh tema antara perusahaan dalam kelompok aneka industri *high-profile* dengan perusahaan dalam kelompok aneka industri *low-profile*. Perusahaan yang termasuk dalam tipe industri *high-profile* menurut Robert (1992) dalam Reni (2006) adalah perusahaan yang memiliki visibilitas konsumen, risiko politik yang tinggi, atau menghadapi persaingan yang tinggi. Perusahaan *low-profile* adalah perusahaan yang tidak terlalu memperoleh sorotan luas dari masyarakat manakala operasi yang mereka lakukan mengalami kegagalan atau kesalahan pada aspek tertentu. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Eddy (2005) menunjukkan bahwa tipe industri berpengaruh positif terhadap pengungkapan informasi sosial.

Dalam hubungan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan informasi sosial, ukuran perusahaan merupakan variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan variabel pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* akan

informasi yang lebih tinggi dibanding dengan perusahaan yang berukuran lebih kecil. Lebih banyak pemegang saham juga memerlukan lebih banyak pengungkapan karena tuntutan mereka dan para analis pasar modal (Yuniati, 2001). Hasil penelitian Eddy (2005) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang diproksi dengan jumlah tenaga kerja berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan informasi sosial perusahaan. Marwata (2001) membuktikan bahwa besar perusahaan berhubungan positif dengan kualitas ungkapan sukarela.

Penelitian yang dilakukan oleh Collier dan Gregory (1999) dalam Eddy (2005) mengenai hubungan antara dewan komisaris dengan pengungkapan informasi sosial perusahaan menunjukkan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan mudah untuk mengendalikan *chief executive officer* (CEO) dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif. Terkait dengan pengungkapan informasi sosial perusahaan, maka tekanan terhadap manajemen akan semakin besar untuk mengungkapkannya. Hasil penelitian Eddy (2005) membuktikan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan informasi sosial. Hal ini menunjukkan dukungan terhadap teori agensi dan teori legitimasi seperti yang dikemukakan oleh Cowen *et al.*, (1987) dalam Eddy (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 keuangan akan menjadi alat yang efisien untuk menyebarkan informasi ini.

Berdasarkan latar belakang di atas dan adanya penelitian terdahulu maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan membahas permasalahan tersebut dengan mengambil judul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Pengungkapan Informasi Sosial pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”**. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Reni (2006). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah menambahkan variabel ukuran dewan komisaris serta mengganti periode waktu perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia diganti menjadi tahun 2005-2007.

B. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah variabel yang dianggap dapat mempengaruhi pengungkapan informasi sosial yaitu kepemilikan manajemen, *leverage*, profitabilitas, tipe industri, ukuran perusahaan dan ukuran dewan komisaris.

C. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah jumlah prosentase kepemilikan manajemen berpengaruh terhadap kebijakan pengungkapan informasi sosial?

2. Apakah tingkat *leverage* berpengaruh terhadap kebijakan pengungkapan informasi sosial?
3. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap kebijakan pengungkapan informasi sosial?
4. Apakah tipe industri berpengaruh terhadap kebijakan pengungkapan informasi sosial?
5. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap kebijakan pengungkapan informasi sosial?
6. Apakah ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap kebijakan pengungkapan informasi sosial?

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh kepemilikan manajerial, *leverage* perusahaan, profitabilitas, tipe industri, ukuran perusahaan, dan ukuran dewan komisaris terhadap kebijakan pengungkapan informasi sosial perusahaan.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat di bidang teoritis antara lain:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian berikutnya.

2. Menambah bukti empiris tentang pengungkapan informasi sosial dan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Manfaat di bidang praktis sebagai berikut:

1. Dapat memberikan suatu pemahaman pada perusahaan akan pentingnya pengungkapan informasi sosial sehingga perusahaan tidak hanya memperhatikan kepentingan finansial saja.
2. Bagi profesi akuntansi diharapkan dapat memberikan informasi tentang item-item informasi sosial yang diungkap dalam laporan tahunan.
3. Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh sebagai *stakeholders*.