

**FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP
PRAKTEK PENGUNGKAPAN SOSIAL DAN LINGKUNGAN
PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR GO PUBLIK**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat
Memperoleh derajat S-2 Magister Sains Akuntansi



Diajukan oleh :

Nama : Achmad Zaenuddin

NIM : C4C004206

**PROGRAM MAGISTER SAINS AKUNTANSI
PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

Tesis Berjudul

**FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP
PRAKTEK PENGUNGKAPAN SOSIAL DAN LINGKUNGAN
PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR GO PUBLIK**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Achmad Zaenuddin

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Pada Tanggal 7 September 2007

Dan telah dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Pembimbing

Pembimbing Utama/Ketua

Pembimbing/Anggota

Prof. Dr. H Arifin Sabeni, M.Com. Akt
NIP. 131696214

Dra. Hj. Indira Januarti, M.Si, Akt
NIP. 131991449

Tim Penguji

Drs. Daljono, M.Si, Akt
NIP. 132044467

Dr. M. Syafruddin, M.Si, Akt
NIP. 131764486

Drs. Rahardja, M.Si, Akt
NIP. 130808804

Semarang, 7 September 2007
Universitas Diponegoro
Program Pascasarjana
Program Studi Magister Akuntansi
Ketua Program

Dr. H. Mohammad Nasir, M.Si, Akt.
NIP. 131 875 458

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis yang diajukan adalah hasil karya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di Perguruan Tinggi lain, dan sepanjang pengetahuan saya tesis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan pada pihak lain kecuali yang diacu secara tertulis dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Semarang, September 2007

Achmad Zaenuddin

ABSTRACT

Inclination toward social and environmental consciousness has chances competition attitude and profit oriented into social orientation. Management as an agent, could no avoid the truth from the impact from compactivity, which are not only generating profit and increasing share price but also bring about social impact such as ecological destruction, pollution and social deseases such discrimination and crime and all of these are company social responsibility.

The study objective is to analyze the effect of corporate characteristics : size, type of industry and profitability toward social and environmental disclosure in annual reports of companies in Indonesia. The disclosure themes included are : environment, energy, product / consumer, employee (health and safety) and general. The sample of these stydy are 60 go public manufactur company in Jakarta Stock Exchange that have announced annual reports for 2005. The data analysis used in multiple regression analysis.

The results show that the corporate size (net sales) has no affect the social and environmental disclosure. On the other hand, type of industry affect positive significant toward social and environmental disclosure, and profitability (ROA) affect negative significant toward social and environmental disclosure.

Keyword : social and environmental disclosure, sales, type of industry, ROA

ABSTRAK

Kecenderungan akan kesadaran sosial dan lingkungan telah membawa perubahan sikap dari orientasi laba menuju orientasi sosial yang dilakukan perusahaan. Manajemen sebagai agen tidak bisa menghindari kenyataan akan dampak dari aktivitas perusahaan yang tidak hanya menghasilkan laba / menaikkan harga saham, tetapi juga menimbulkan dampak sosial dan lingkungan seperti kerusakan ekosistem, polusi dan penyakit sosial seperti diskriminasi dan kriminalitas yang semuanya merupakan tanggung jawab sosial perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh karakteristik perusahaan : ukuran perusahaan, tipe industri dan profitabilitas terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan di Indonesia. Tema pengungkapan meliputi : lingkungan, energi, produk / konsumen, kesehatan dan keamanan karyawan, karyawan lain dan umum. Sampel penelitian adalah 60 perusahaan manufaktur go publik di Bursa Efek Jakarta yang menyampaikan laporan tahunan 2005. Analisis data yang digunakan adalah regresi berganda.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa ukuran perusahaan (penjualan bersih) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan. Sedangkan tipe industri berpengaruh positif signifikan, dan profitabilitas (ROA) berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan.

Kata kunci : pengungkapan sosial dan lingkungan, penjualan, tipe industri, ROA

KATA PENGANTAR

Puji syukur pada Allah SWT atas segala rahmat dan kekuatan yang diberikan kepada peneliti untuk dapat menyelesaikan tugas penulisan tesis ini sebagai salah satu syarat untuk mencapai derajat Sarjana Strata – 2 pada Program Studi Magister Sains Akuntansi Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro Semarang.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa keberhasilan dalam rangka penyelesaian penulisan tesis ini tidak terlepas dari bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada : dan selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pikiran dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan serta pengarahan selama penulisan tesis ini.

Selanjutnya peneliti ucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Mohammad Nasir, M.Si. Akt selaku Ketua Program Magister Sains Akuntansi Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro Semarang yang telah memberikan rekomendasi dan arahan dalam penulisan ini.
2. Bapak Dr. Jaka Isgiyarta, M.Si. Akt. selaku Deputy Bidang Akademik yang telah memberikan arahan atas penulisan ini.
3. Bapak Drs. Daljono, M.Si. Akt. selaku Deputy Bidang Administrasi dan Keuangan atas pelayanan administrasi dan keuangan sehingga penulisan tesis ini dapat berjalan lancar.

4. Bapak Prof. Dr. H. Arifin Sabeni M.Com. Hons. Akt selaku pembimbing utama yang secara seksama dan tekun telah memberikan bimbingan dan arahan atas kelancaran penulisan tesis ini.
5. Ibu Dra. Hj. Indira Januarti M.Si. Akt. selaku pembimbing kedua yang secara seksama dan tekun telah memberikan bimbingan dan arahan atas kelancaran penulisan tesis ini.
6. Bapak / ibu dosen pada Program Pasca Sarjana Studi Akuntansi Universitas Diponegoro atas segala bimbingannya selama mengikuti pendidikan.
7. Rekan-rekan mahasiswa Program Pasca Sarjana Studi Akuntansi Universitas Diponegoro angkatan XII yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama proses terwujudnya tesis ini.
8. Rekan-rekan Politeknik Negeri Semarang yang telah memberikan dorongan dan motivasi.
9. Istriku, Mariana Siswinarni dan anak-anakku, Achmad Helmy Ramadhani dan Kamila Zahra Sasmaya atas pengorbanan, dorongan dan motivasi.
10. Kedua orangtuaku, Bapak Drs. H. Achmad dan Ibu Hj. Maryam Achmad yang selalu memberikan dorongan dan motivasi.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu peneliti mohon saran untuk kesempurnaan tesis ini.

Semarang, September 2007

Peneliti

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Surat Pernyataan	iii
Halaman Abstract	iv
Halaman Abstrak	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS ..	8
2.1 Landasan teori	8
2.1.1 Pengungkapan Sosial dan Lingkungan	8
2.1.2 Ukuran Perusahaan.....	11
2.1.3 Tipe Industri.....	12
2.1.4 Profitabilitas Perusahaan.....	14

2.2	Penelitian Sebelumnya	16
2.3	Kerangka Pemikiran Teoritis	19
BAB III	METODE PENELITIAN	20
3.1	Jenis dan Sumber Data	20
3.2	Populasi dan Sampel..	20
3.3	Definisi Operasional Variabel.....	22
3.3.1	Pengungkapan Sosial dan Lingkungan Perusahaan	22
3.3.2	Ukuran Perusahaan	25
3.3.3	Profitabilitas Perusahaan	26
3.3.4	Tipe Industri	26
3.4	Teknik Analisis	27
3.4.1	Statistik Deskriptif	27
3.4.2	Uji Asumsi Klasik	27
3.4.3	Analisis Regresi	29
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1	Gambaran Sampel Penelitian	32
4.2	Profil Sampel	32
4.2.1	Ukuran Perusahaan	32
4.2.2	Profitabilitas	33
4.2.3	Tipe Industri	34
4.3.3	Pengungkapan Sosial dan Lingkungan Perusahaan	34
4.3	Analisis Statistik deskriptif	35
4.4	Uji Asumsi Klasik	37

4.4.1 Uji Multikolinieritas.....	37
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	39
4.4.3 Uji Normalitas.....	39
4.5 Analisis Data	41
4.5.1 Pengujian Hipotesis Pertama.....	43
4.5.2 Pengujian Hipotesis Kedua	44
4.5.3 Pengujian Hipotesis Ketiga.....	45
4.6 Pembahasan.....	46
4.6.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial dan Lingkungan Perusahaan.....	46
4.6.2 Pengaruh <i>ROA</i> Terhadap Pengungkapan Sosial dan Lingkungan Perusahaan	48
4.6.3 Pengaruh Tipe Industri Terhadap Pengungkapan Sosial dan Lingkungan Perusahaan	49
BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN	52
5.1 Kesimpulan	52
5.2 Keterbatasan	54
5.3 Saran dan Implikasi.....	55

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Rangkuman Penelitian Terdahulu	17
Tabel 4.1 Klasifikasi Penjualan Bersih Perusahaan Sampel	32
Tabel 4.2 Klasifikasi ROA Perusahaan Sampel	32
Tabel 4.3 Tipe Industri Perusahaan Sampel	33
Tabel 4.4 Jumlah Pengungkapan Sosial dan Lingkungan Perusahaan Sampel.....	34
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif	35
Tabel 4.6 Nilai Tolerance dan VIF masing-masing Variabel	37
Tabel 4.7 Hasil Perhitungan Regresi Berganda	38
Tabel 4.8 Uji F	42
Tabel 4.9 Ringkasan Hasil Persamaan Regresi Linier Berganda.....	43

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	18
Gambar 4.1 Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual	39
Gambar 4.2 Histogram	40

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Daftar Penjualan Perusahaan Sampel
- Lampiran 2 Daftar ROA Perusahaan Sampel
- Lampiran 3 Daftar Tipe Industri Perusahaan Sampel
- Lampiran 4 Daftar Pengungkapan Perusahaan Sampel
- Lampiran 5 Uji Regresi Perusahaan Sampel
- Lampiran 6 Cheklist Kategori Pengungkapan Sosial dan Lingkungan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada dekade terakhir ini pertumbuhan kesadaran publik terhadap peran perusahaan di masyarakat semakin meningkat. Banyak perusahaan yang dianggap telah memberi kontribusi bagi kemajuan ekonomi dan teknologi, tetapi perusahaan tersebut mendapat kritik karena telah menciptakan masalah sosial. Polusi, penipisan sumber daya, pemborosan, kualitas dan keamanan produk, hak dan status pekerja dan kekuatan dari perusahaan besar merupakan isu-isu yang semakin menjadi perhatian (Gray, R, Owen, D, dan Maunders, K, 1987).

Tekanan dari berbagai pihak membuat sektor swasta menerima tanggung jawab terhadap masyarakat atas pengaruh aktivitas bisnis. Perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham dan kreditur, tetapi juga diharuskan bertanggung jawab kepada masyarakat yang lebih luas. Doktrin Friedman (1962) dalam Hackston dan Milne (1996) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial dari unit bisnis hanyalah memaksimalkan laba tidak bisa diterima secara universal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat kesadaran yang makin meningkat pada sebagian eksekutif perusahaan bahwa perusahaan memiliki kewajiban untuk membantu masyarakat, meskipun hal itu dapat mengurangi laba (Holmes, 1976; Ostlund, 1977 dalam Hackston dan Milne (1996)).

Pertumbuhan kesadaran tanggung jawab sosial perusahaan mengakibatkan adanya kritik terhadap penggunaan laba sebagai satu-satunya alat ukur kinerja perusahaan. Sebagai respon, beberapa institusi akuntansi utama (AICPA, NAA, ICAEW) mulai memikirkan akuntansi sosial perusahaan pada pertengahan tahun 1970 (Ramanathan, 1976 dalam Hackston dan Milne (1996)). Peneliti akuntansi telah mulai mengartikulasikan perspektif teori yang berbeda untuk mendukung akuntansi sosial perusahaan yang terdiri dari teori legitimasi, teori ekonomi politik akuntansi dan teori *stakeholder* (Belkaoui dan Karpik, 1989; Gray et al., 1987, 1988, 1995a; Guthrie dan Parker, 1990; Pattern, 1991, 1992; Roberts, 1992). Meskipun demikian, sampai saat ini masih belum ada kerangka teoritis dan akuntansi sosial perusahaan yang bisa diterima secara universal (Belkaoui dan Karpik, 1989; Gray et al., 1995a; Guthrie dan Mathews, 1985). Meskipun terdapat kekurangan konsensus pada profesi akuntansi dan literatur akuntansi teoritis tentang mengapa perusahaan mengungkapkan akuntansi pertanggungjawaban sosial, tetapi terdapat peningkatan jumlah perusahaan yang secara sukarela mengungkapkan aktivitas pertanggungjawaban sosial pada laporan tahunan mereka.

Pengungkapan sosial perusahaan didefinisikan sebagai ketentuan dari informasi keuangan dan non keuangan yang berhubungan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan sosial dan fisiknya sebagaimana yang dinyatakan dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial yang terpisah (Guthrie dan Mathews, 1985). Pengungkapan sosial mencakup detail tentang lingkungan fisik, energi, sumber daya manusia, produk dan masalah keterlibatan masyarakat.

Laporan tahunan perusahaan terdiri dari pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*). Pengungkapan sukarela muncul karena adanya kesadaran masyarakat akan lingkungan sekitar, keberhasilan perusahaan tidak pada laba semata tetapi juga ditentukan dengan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat di sekitar perusahaan.

Pelaporan non keuangan ini secara umum telah diakomodasi dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK). Dalam PSAK No. 1 (revisi 1998) paragraf sembilan tentang Penyajian Laporan Keuangan dinyatakan bahwa “Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup, laporan nilai tambah, khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting bagi industri”. Pernyataan di atas secara jelas menyebutkan bahwa perusahaan bertanggungjawab terhadap lingkungan sekitarnya, terutama perusahaan industri yang menghasilkan limbah yang apabila tidak diolah secara benar akan mencemari lingkungan sekitar.

Untuk itu sudah selayaknya perusahaan melaporkan semua aspek yang mempengaruhi kelangsungan operasi perusahaan kepada masyarakat. Menurut ketua IAI-KAM, Ali Darwin, pada saat ini berkembang pelaporan perusahaan yang dikenal dengan *sustainability reporting* (SR). Dalam paradigma SR perusahaan harus melaporkan aspek keuangan, aspek sosial dan aspek sosial yang terjadi di perusahaan. Bahkan lebih jauh dari itu, perusahaan juga harus mampu menjaga *sustainability*-nya.

Sampai saat ini kebanyakan penelitian empiris menyajikan gambaran dasar darimana pola pengungkapan itu muncul. Penelitian lebih lanjut juga menemukan

hubungan antara beberapa karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan sosial perusahaan.

Beberapa penelitian empiris tentang praktek pengungkapan sosial perusahaan banyak berfokus di Amerika Serikat, Inggris, Australia dan sedikit penelitian telah dilakukan di negara-negara lain seperti Kanada, Jerman, Jepang, New Zealand, Malaysia, dan Singapura. Kebanyakan penelitian empiris tentang praktek Amerika Serikat cenderung untuk menggunakan bukti survey empiris Ernst & Ernst (1978). Guthrie dan Parker (1990) yang memberikan bukti survey empiris yang lebih baru. Gray et al. (1987, 1995a) memberikan bukti survey empiris di Inggris, kemudian penelitian selanjutnya yang mencakup tiap tahun mulai dari 1979 sampai dengan 1991. Penelitian di Australia mencakup Trotman (1979) dan Guthrie (1983). Penelitian yang dilakukan oleh Davey (1982), Ng (1985) serta Hackston dan Milne (1996) telah memberikan beberapa gambaran bahwa ukuran perusahaan (*company size*) mempengaruhi pengungkapan sosial perusahaan di New Zealand. Penelitian Guthrie dan Parker (1990) dan Gray et al. (1995a) menggambarkan suatu perbedaan penting antara pengungkapan sukarela dan pengungkapan yang diwajibkan undang-undang. Di Indonesia, tidak ada pengungkapan sosial yang diwajibkan oleh undang-undang, sehingga tidak ada ketentuan untuk membuat perbedaan antara sukarela dan wajib dalam instrumen interogasi. Semua pengungkapan yang diklasifikasikan dianggap sebagai pengungkapan sukarela.

Penelitian mengenai pengaruh karakteristik perusahaan, ukuran perusahaan, tipe industri dan profitabilitas terhadap pengungkapan sosial

perusahaan telah dilakukan oleh beberapa peneliti, misalnya Belkoui dan Karpiks, 1989; Cowen et. al., 1987; Kelly, 1981; Pattern, 1981; Davey, 1882.; Ng , 1985; Hackston dan Milne, 1996. Penelitian ini didasari oleh penelitian Hackston dan Milne (1996). Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan sosial perusahaan yang berbeda-beda di Amerika Serikat, Inggris, Australia, Jepang, Malaysia dan Singapura. Penelitian empiris tentang praktek pengungkapan sosial perusahaan sebagian besar dilakukan di negara-negara maju daripada di negara berkembang. Hasil penelitian di negara maju tidak bisa disamakan dengan di negara berkembang. Hal-hal diatas mendorong peneliti melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan sosial dan lingkungan di Indonesia.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya terutama pada aspek - aspek sebagai berikut :

- a. Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur di Indonesia yang telah go publik di BEJ tahun 2005.
- b. Pengukuran pengungkapan sosial dan lingkungan menggunakan metode *content analysis*.
- c. Peneliti tidak mempertimbangkan letak pengungkapan sosial perusahaan dalam laporan tahunan.
- d. Tema yang digunakan yaitu; tema lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan karyawan, karyawan (lain), produk, keterlibatan dalam masyarakat dan umum (lainnya).

1.2 Perumusan Masalah

Adanya perbedaan hasil-hasil penelitian tentang pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan, misalnya penelitian Robert (1992) menyatakan ukuran perusahaan tidak berpengaruh sedangkan tipe industri dan profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan sosial perusahaan. Pernyataan diatas berbeda dengan penelitian Hackston dan Milne (1996) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan dan tipe industri mempengaruhi sedangkan profitabilitas tidak mempengaruhi pengungkapan sosial perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah: Apakah karakteristik perusahaan; ukuran perusahaan, tipe industri, dan profitabilitas mempengaruhi pengungkapan sosial dan lingkungan yang merupakan pengungkapan sukarela di Indonesia.

1.3 Tujuan penelitian

Berkaitan dengan rumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan untuk meneliti :

- a. Pengaruh faktor ukuran perusahaan terhadap praktek pengungkapan sosial dan lingkungan
- b. Pengaruh faktor tipe industri terhadap praktek pengungkapan sosial dan lingkungan
- c. Pengaruh faktor profitabilitas terhadap praktek pengungkapan sosial dan lingkungan

- d. Pengaruh ketiga faktor secara simultan terhadap praktek pengungkapan sosial dan lingkungan.

1.4 Manfaat Penelitian

- a. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada perusahaan pentingnya praktek pengungkapan sosial dan lingkungan
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pengembangan pengungkapan sukarela khususnya pengungkapan sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat menyajikan suatu gambaran yang *up to date* tentang praktek pengungkapan sosial perusahaan di Indonesia, dan menguji beberapa penentu potensial dari pengungkapan sosial dan lingkungan pada laporan tahunan perusahaan di Indonesia.

BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengungkapan Sosial dan Lingkungan

Beberapa teori menurut Gray et. al., (1996) yang digunakan untuk menjelaskan kecenderungan pengungkapan sosial yaitu:

a. Teori *stakeholder*

Stakeholder merupakan pihak-pihak yang berkepentingan pada perusahaan yang dapat mempengaruhi atau dapat dipengaruhi oleh aktivitas perusahaan. Organisasi memiliki banyak *stakeholder* seperti karyawan, masyarakat, negara, supplier, pasar modal, pesaing, badan industri, pemerintah asing dan lain-lain. Hal pertama mengenai teori *stakeholder* adalah bahwa *stakeholder* adalah sistem yang secara eksplisit berbasis pada pandangan tentang suatu organisasi dan lingkungannya, mengakui sifat saling mempengaruhi antara keduanya yang kompleks dan dinamis. Hal ini berlaku untuk kedua varian teori *stakeholder*, varian pertama berhubungan langsung dengan model akuntabilitas. *Stakeholder* dan organisasi saling mempengaruhi, hal ini dapat dilihat dari hubungan sosial keduanya yang berbentuk tanggung jawab dan akuntabilitas. Oleh karena itu organisasi memiliki akuntabilitas terhadap *stakeholdernya*. Sifat dari akuntabilitas itu ditentukan dengan hubungan antara *stakeholder* dan organisasi.

Varian dari kedua teori *stakeholder* berhubungan dengan pandangan Trekers (1983) mengenai *emprical accountability*. Teori *stakeholder* mungkin digunakan dengan ketat dalam suatu organisasi arah terpusat (*centered- way organization*). Robert (1992) menyatakan bahwa pengungkapan sosial perusahaan merupakan sarana yang sukses bagi perusahaan untuk menegosiasikan hubungan dengan *stakeholdernya*.

b. Teori Legimitasi

Teori legitimitasi menyatakan bahwa suatu organisasi hanya bisa bertahan jika masyarakat dimana dia berada merasa bahwa organisasi beroperasi berdasarkan sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai yang dimiliki oleh masyarakat. Organisasi mungkin menghadapi ancaman terhadap legitimitasnya. Lindblom (1994) menyatakan bahwa suatu organisasi mungkin menerapkan empat strategi legitimitasi ketika menghadapi berbagai ancaman legitimitasi. Oleh karena itu untuk menghadapi kegagalan kinerja perusahaan (seperti kecelakaan yang serius atau skandal keuangan), organisasi mungkin:

- a. Mencoba untuk mendidik *stakeholdernya* tentang tujuan organisasi untuk meningkatkan kinerjanya.
- b. Mencoba untuk merubah persepsi *stakeholder* terhadap suatu kejadian (tetapi tidak merubah kinerja aktual organisasi).
- c. Mengalihkan (memanipulasi) perhatian dari masalah yang menjadi perhatian (mengkonsentrasikan terhadap beberapa aktivitas positif yang tidak berhubungan dengan kegagalan - kegagalan).
- d. Mencoba untuk merubah ekspektasi eksternal tentang kinerjanya.

Teori legitimasi dalam bentuk umum memberikan pandangan yang penting terhadap praktek pengungkapan sosial perusahaan. Kebanyakan inisiatif utama pengungkapan sosial perusahaan bisa ditelusuri pada satu atau lebih strategi legitimasi yang disarankan oleh Lindblom. Sebagai misal kecenderungan umum bagi pengungkapan sosial perusahaan untuk menekankan pada poin positif bagi perilaku organisasi dibandingkan dengan elemen yang negatif.

c. Teori ekonomi politik

Dua varian teori ekonomi politik: klasik (biasanya sebagian besar berhubungan dengan Marx) dan *Bourgeois* (biasanya sebagian besar berhubungan dengan John Stuart Mill dan ahli ekonomi berikutnya) (Gray *et. al.*, 1996). Perbedaan penting antara keduanya terletak pada tingkat analisis pemecahan, yakni konflik struktural dalam masyarakat. Ekonomi politik klasik meletakkan konflik struktural, ketidakadilan dan peran negara pada analisis pokok. Sedangkan Ekonomi politik *Bourgeois* cenderung menganggap hal-hal tersebut merupakan suatu yang *given* dan oleh karena itu, hal-hal tersebut tidak dimasukkan dalam analisis. Hasilnya, Ekonomi politik *Bourgeois* cenderung memperhatikan interaksi antar kelompok dalam suatu dunia pluralistik (sebagai misal, negosiasi antara perusahaan dan kelompok penekan masalah lingkungan, atau dengan pihak yang berwenang).

Ekonomi politik *Bourgeois* bisa digunakan dengan baik untuk menjelaskan tentang praktek pengungkapan sosial. Sedangkan Ekonomi politik Klasik hanya sedikit menjelaskan praktek pengungkapan sosial perusahaan, mempertahankan bahwa pengungkapan sosial perusahaan dihasilkan secara

sukarela. Ekonomi politik Klasik memiliki pengetahuan tentang aturan pengungkapan wajib, dalam hal ini biasanya negara telah memilih untuk menentukan beberapa pembatasan terhadap organisasi. Ekonomi politik klasik akan menginterpretasikan hal ini sebagai bukti bahwa negara bertindak "seakan-akan" atas kepentingan kelompok yang tidak diuntungkan (sebagai misal, orang yang tidak mampu, ras minoritas) untuk menjaga legitimasi sistem kapitalis secara keseluruhan (Gray *et. al.*, 1996)

2.1.2 Ukuran Perusahaan

Hubungan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan sosial perusahaan telah ditunjukkan dalam beberapa penelitian empiris (sebagai misal, Belkaoui dan Karpik, 1989; Cowen *et. al.*, 1987; Kelly, 1981; Ng, 1981; Patten 1991, 1992; Trotman dan Bradley, 1981). Teori legitimasi memiliki alasan tentang hubungan ukuran dan pengungkapan. Perusahaan yang lebih besar melakukan aktivitas yang lebih banyak sehingga memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat, memiliki lebih banyak pemegang saham yang punya perhatian terhadap program sosial yang dilakukan perusahaan dan laporan tahunan merupakan alat yang efisien untuk mengkomunikasikan informasi ini (Cowen *et. Al.*, 1987). Meskipun demikian, tidak semua penelitian mendukung hubungan ukuran-pengungkapan. Penelitian Robert (1992) di Amerika Serikat menemukan tidak ada hubungan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan sosial perusahaan. Penelitian Davey (1982) dan Ng (1985) di New Zeland gagal untuk mendukung hubungan ukuran perusahaan dan praktek pengungkapan sosial

perusahaan yang telah dihipotesiskan. Guthrie dan Mathews menyatakan bahwa hasil Davey (1982) dan Ng (1985) yang demikian itu disebabkan oleh kecilnya sampel yang digunakan. Penelitian Hackston dan Milne (1996) di New Zealand berhasil untuk mendukung pengaruh ukuran perusahaan dan praktek pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan di New Zealand. Penelitian ini menguji pengaruh ukuran perusahaan terhadap praktek pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan di Indonesia

Hipotesis 1

Ukuran perusahaan berpengaruh positif secara signifikan terhadap praktek pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan.

2.1.3 Tipe industri

Sifat dari industri perusahaan telah diidentifikasi sebagai suatu faktor yang mempengaruhi praktek pengungkapan sosial perusahaan. Dierkes dan Preston (1977) dalam Hackston dan Milne (1996) berpendapat bahwa kegiatan ekonomi mempengaruhi lingkungan, seperti industri *extractive* akan lebih suka mengungkapkan informasi tentang pengaruh terhadap lingkungan mereka dibandingkan dengan perusahaan di industri lain. Perusahaan yang berorientasi pada konsumen diduga akan memberikan perhatian yang lebih besar dengan menunjukkan tanggungjawab sosial mereka, karena hal ini akan menambah image perusahaan dan mempengaruhi penjualan (Cowen *et al.*, 1987). Penelitian Patten (1991), menyatakan bahwa seperti halnya ukuran perusahaan mempengaruhi pandangan politis, hal ini akan membuat pengungkapan sosial menangkalkan tekanan

yang tak semestinya dan kritikan dari aktivitas sosial. Penelitian Cowen et al., (1987) menemukan bahwa industri mempengaruhi pengungkapan energi dan keterlibatan masyarakat.

Beberapa penelitian empiris telah menemukan hubungan positif antara industri dan pengungkapan sosial perusahaan. Penelitian Kelly (1981) di Australia menemukan bahwa perusahaan industri utama dan sekunder mengungkapkan lebih banyak informasi yang berhubungan dengan lingkungan dan energi dibandingkan dengan perusahaan di bidang industri tersier, sedangkan hubungan yang berkebalikan ditemukan untuk informasi yang berhubungan dengan interaksi masyarakat. Dalam penelitian pada perusahaan Amerika yang mirip dalam desain Kelly, Cowen *et al.*, (1987) menemukan bahwa kategori industri mempengaruhi pengungkapan energi dan keterlibatan masyarakat. Namun demikian, hasil mereka secara jelas mengindikasikan bahwa kejadian dan jumlah total pengungkapan sosial perusahaan tidak berhubungan dengan industri. Berlawanan dengan penemuan ini, Patten (1991) dan Robert (1992) telah menemukan hubungan positif antara industri *high profile* dan jumlah pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan. Untuk ukuran baik Davey (1982) dan Ng (1985) gagal untuk menemukan hubungan antara industri dan pengungkapan sosial perusahaan untuk perusahaan New Zealand. Sedangkan Hackston dan Milne (1996) membuktikan bahwa terdapat hubungan antara tipe industri dan pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan di New Zealand. Penelitian ini menguji kembali hubungan tipe industri dan pengungkapan sosial perusahaan .

Hipotesis 2

Tipe industri berpengaruh positif secara signifikan terhadap praktek pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan.

2.1.4 Profitabilitas perusahaan

Hubungan antara pengungkapan sosial perusahaan dan profitabilitas perusahaan telah menjadi postulat untuk menggambarkan pandangan bahwa tanggapan sosial memerlukan gaya manajerial yang sama seperti apa yang perlu dilakukan untuk membuat perusahaan menghasilkan laba [Bowman & Haire, 1976 dalam Hackston dan Milne (1996)]. Pengungkapan sosial perusahaan dipercaya mencerminkan suatu pendekatan manajemen adaptif yang berhubungan dengan suatu lingkungan yang dinamik, multidimensial, mempunyai kemampuan untuk menghadapi tekanan sosial dan tanggap terhadap kebutuhan sosial. Kemampuan manajemen seperti dianggap perlu untuk dipertahankan dalam lingkungan perusahaan sekarang ini (Cowen *et al.*, 1987) meskipun demikian Bowman & Haire, (1976) dalam Hackston dan Milne (1996) menyatakan bahwa profitabilitas adalah faktor yang memungkinkan manajemen bebas dan fleksibel untuk melakukan dan menyatakan pada pemegang saham program-program pertanggungjawaban sosial yang ekstensif.

Robert (1992) menemukan hubungan antara laba sebelumnya dan pengungkapan sosial perusahaan, Patten (1991) menggunakan ukuran berganda untuk *profitabilitas* termasuk laba sebelumnya dan gagal menemukan hubungan antara pengungkapan sosial perusahaan dan profitabilitas. Penelitian Davey

(1982), Ng (1985) dan Hackston dan Milne (1996) tidak dapat menemukan bukti hubungan pengungkapan sosial perusahaan dan *profitabilitas* di perusahaan di New Zeland.

Riset penelitian empiris terhadap hubungan pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan - profitabilitas memberikan hasil yang sangat beragam. Bowman dan Haire (1976) dan Preston (1978) menyajikan hasil yang mendukung hubungan profitabilitas pengungkapan sosial perusahaan. Penelitian Bowman dan Haire (1976) melaporkan perbedaan yang signifikan untuk rata - rata ROE selama 5 tahun antara perusahaan yang mengungkapkan dengan perusahaan yang tidak mengungkapkan. Penelitian Preston (1978) dalam Hackston dan Milne (1996) melaporkan ROE satu tahun yang lebih tinggi untuk perusahaan yang lebih mengungkapkan dibandingkan perusahaan lain yang termasuk Fortune 500. Penelitian Cowen *et al.*, (1987) gagal untuk mendukung hubungan *profitability* - pengungkapan sosial perusahaan. Hasil penelitian Belkaoui dan Karpiks (1989) untuk hubungan pengungkapan sosial perusahaan dan *profitabilitas* bertentangan dan sulit untuk diinterpretasikan.

Hipotesis 3

Profitabilitas berpengaruh positif secara signifikan terhadap praktek pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan.

Hipotesis 4

Ukuran perusahaan, tipe industri dan profitabilitas secara bersama-sama berpengaruh positif secara signifikan terhadap praktek pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan.

2.2 Penelitian Sebelumnya

Penelitian yang ada telah memperluas literatur pengungkapan sosial perusahaan secara empiris dengan memfokuskan pada sejumlah karakteristik perusahaan yang merupakan determinan potensial bagi praktek pengungkapan sosial perusahaan. Penelitian telah meneliti pengaruh dari ukuran perusahaan, laba dan industri. Gray et al. (1995) secara tentatif meringkaskan:

- a. Pengungkapan sosial perusahaan tidak berhubungan dengan tingkat laba dalam periode yang sama, tapi ia mungkin berhubungan dengan laba sebelumnya.
- b. Pengungkapan sosial perusahaan tidak berhubungan dengan ukuran perusahaan.
- c. Industri mempengaruhi pengungkapan sosial perusahaan, tetapi penelitian penelitian yang ada tidak jelas dan tidak cukup konsisten untuk menentukan pengaruhnya secara tepat.
- d. Negara dimana perusahaan membuat laporan dan negara yang memiliki perusahaan memiliki hubungan dengan pengungkapan sosial perusahaan. Intensitas modal, umur, perilaku eksekutif perusahaan mungkin berhubungan dengan pengungkapan sosial perusahaan.

Karakteristik perusahaan dapat digunakan sebagai prediktor kualitas pengungkapan. Literatur teoritis dan empiris menunjukkan bahwa beberapa karakteristik perusahaan dapat menjelaskan variasi pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan perusahaan.

Untuk lebih mempermudah pemahaman atas penelitian terdahulu yang mendasari penelitian ini, dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini :

Tabel 2.1

Rangkuman Penelitian Terdahulu

Peneliti	Variabel Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
Kelly (1981)	Jenis Industri, Ukuran Perusahaan	Regresi	Perusahaan industri utama dan sekunder cenderung untuk mengungkapkan lebih banyak informasi yang berhubungan

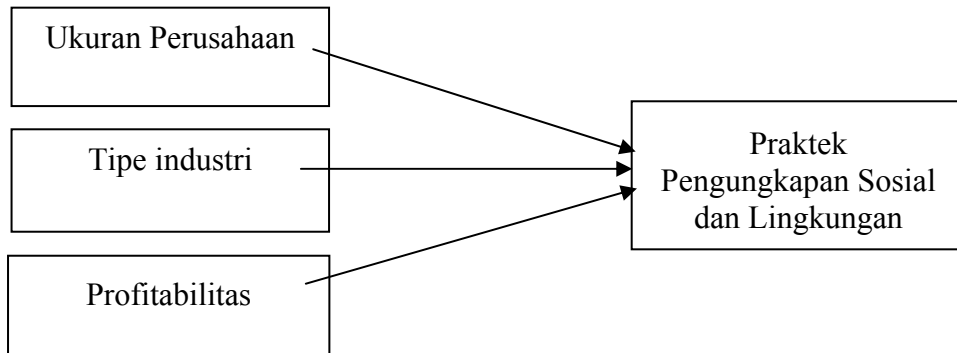
			dengan lingkungan dan energi dibandingkan dengan perusahaan di bidang industri tersier. Terdapat hubungan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan sosial perusahaan.
Belkoui and Karpiks (1989)	Ukuran Perusahaan	Regresi	Terdapat hubungan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan sosial perusahaan
Patten (1991)	Ukuran Perusahaan, tipe industri dan profitabilitas	Regresi	Ukuran perusahaan maupun tipe industri mempengaruhi pengungkapan sosial perusahaan, sedangkan profitabilitas tidak mempengaruhi pengungkapan sosial perusahaan
Robert (1992)	Ukuran Perusahaan, tipe industri dan profitabilitas	Regresi	Ukuran perusahaan tidak mempengaruhi pengungkapan sosial perusahaan. Tipe industri <i>high profile</i> dan <i>low profile</i> dan profitabilitas mempengaruhi pengungkapan sosial perusahaan
Hackton dan Milne (1996)	Ukuran Perusahaan, tipe industri dan profitabilitas	Regresi	Ukuran perusahaan maupun tipe industri mempengaruhi pengungkapan sosial perusahaan, sedangkan profitabilitas tidak mempengaruhi pengungkapan sosial perusahaan
Muslim Utomo (1999)	Tipe industri, <i>High</i> dan <i>low profile</i>	Uji Beda	Tipe industri <i>high profile</i> lebih tinggi daripada pengungkapan sosial yang dilakukan industri <i>low profile</i>

2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis

Berdasarkan uraian telaah pustaka diatas, maka dapat dibangun suatu model teori untuk mengembangkan hipotesis sebagai berikut :

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran Teoritis



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang berasal dari perusahaan di Bursa Efek Jakarta pada tahun 2005. Data yang digunakan adalah laporan tahunan 2005 yang dipublikasikan pada awal 2006. Alasan dipilihnya periode waktu tersebut karena laporan tahunan 2005 merupakan data terbaru yang bisa diperoleh di Pusat Referensi Pasar Modal di Bursa Efek Jakarta.

3.2 Populasi dan Sampel

Sesuai dengan tujuan penelitian, maka populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Jakarta pada tahun 2005. Hal ini dilakukan karena perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang lebih banyak memiliki dampak pada lingkungan dibanding perusahaan jasa atau dagang.

Sampel diambil dengan rumus dengan kriteria kelayakan sampel yang digunakan sebagai berikut:

- a. Perusahaan manufaktur yang telah *listing* minimal selama tiga tahun untuk menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memenuhi kriteria *going concern*.
- b. Perusahaan yang telah melakukan publikasi laporan tahunan (*annual report*) selama tiga tahun untuk memenuhi konsistensi dalam aktivitas perusahaan.

Perusahaan yang melakukan praktik pengungkapan sosial dan lingkungan ditunjukkan dengan minimal melakukan pengungkapan salah satu tema *voluntary disclosure* (lingkungan, kemasyarakatan, tenaga kerja, produk, konsumen atau energi) dalam laporan tahunannya menurut metode *content analysis* (Hackston dan Milne, 1996).

Dari jumlah populasi 146 perusahaan manufaktur ditentukan ukuran sampel dengan menggunakan rumus (Babbie, Earl; 1983, dalam Rizal hasibuan; 1999)

$$n = \frac{N.pq}{(N-1) D + pq}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel yang diinginkan

N = Jumlah populasi (146 perusahaan manufaktur)

p = Untuk meminimumkan *sampling error* dipakai 0.5

q = (1-p) = 0.5

B = *Bound of Error* atau kelonggaran kesalahan diperkirakan berinterval range tidak lebih dari 10 %

$$\begin{aligned} D &= B^2 : 4 \\ &= (0.1)^2 : 4 \\ &= 0.0025 \end{aligned}$$

Maka dari rumus tersebut diketahui :

$$n = \frac{146(0,5)(0,5)}{(146-1)0,0025+(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{36,5}{0,6125}$$

= 59,59 atau 60 perusahaan manufaktur sebagai sampel

3.3 Definisi Operasional Variabel

3.3.1 Pengungkapan Sosial dan Lingkungan Perusahaan

Analisis isi (*content analysis*) digunakan untuk mengukur pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan. Analisis isi adalah suatu metode kodifikasi teks (atau konteks) dari suatu tulisan menjadi beberapa kelompok (atau kategori) tergantung dari yang dibuat (Weber, 1988). Pemberian kode akan menghasilkan data yang digunakan untuk analisis selanjutnya. Krippendorff (1980) dalam Hackston dan Milne (1996) menyatakan bahwa "analisis isi adalah teknik penelitian untuk membuat inferensi yang *replicable* dan *valid* dari data tergantung dari konteksnya". Dalam satu bentuk atau bentuk lainnya, metode itu telah diadopsi dalam penelitian pengungkapan pertanggungjawaban sosial terdahulu (sebagai misal, Guthrie dan Mathews, 1985; Guthrie dan Parker, 1990; Hackston dan Milne 1996).

Agar analisis isi bisa dilaksanakan dengan cara yang *replicable*, maka dibuat instrumen interogasi, *checklist*, dan aturan keputusan. *Checklist* ada pada appendix. Instrumen interogasi digunakan untuk mencatat jumlah pengungkapan sosial perusahaan dalam kategori yang berbeda. Kategori instrumen yang digunakan dibuat oleh Hackston dan Milne (1996), yang didasarkan pada

penelitian terdahulu dari Ernst & Erns (1978), Guthrie dan Paker (1990), dan Gray *et. al.*, (1995a) dan mencakup dimensi dari tema pengungkapan (lingkungan, energi, produk/konsumen, masyarakat, karyawan/sumber daya manusia, umum/lainnya); bukti (kualifikasi moneter, nonkuantitatif moneter, deklarasi); jenis berita berita baik (*good news*), berita buruk (*bad news*) dan berita netral (*neutral news*) dan total (jumlah dari kalimat).

Instrumen yang digunakan memiliki perbedaan dari penelitian terdahulu, yakni:

- a. Jumlah pengungkapan. Jumlah pengungkapan tiap perusahaan dan per kategori isi diukur dengan jumlah kalimat seperti yang dilakukan Hackston dan Milne (1996). Dalam banyak penelitian terdahulu, kuantifikasi dari tiap kategori pengungkapan terdiri dari pencatatan apakah perusahaan membuat atau tidak membuat pengungkapan dalam kategori, dan total jumlah perusahaan diukur ke yang terdekat ke kesepuluh atau seperempat dari suatu halaman. Ng (1985) mengkritik porsi dari pengukuran halaman karena ukuran hasil cetakan, ukuran kolom, dan ukuran halaman bisa berbeda antara satu laporan tahunan dengan laporan tahunan lainnya. Untuk mengatasi masalah tersebut, Ng (1985) menggunakan jumlah kata. Mengukur jumlah pengungkapan sosial perusahaan dengan jumlah kata, meskipun demikian, hal tersebut membuat para peneliti harus mempertimbangkan dengan hati-hati mana kata yang merupakan suatu pengungkapan sosial perusahaan dan mana yang tidak. Akibatnya, terdapat kemungkinan adanya ketidaksepakatan antara pengkodean yang berbeda. Unit

pengukuran kalimat mengatasi masalah porsi dari halaman dan menghilangkan kebutuhan untuk menghitung dan menstandarisasi jumlah kata.

Kemudian diputuskan untuk kembali dan mengukur jumlah absolut pengungkapan sosial per perusahaan (tidak tiap kategori) dengan proporsi dari laporan tahunan ke yang terdekat keseratus dari suatu halaman.

- b. Dalam semua tiga pengukuran jumlah pengungkapan sosial, tidak ada usaha untuk menstandarisasi panjang laporan tahunan. Tidak ada batasan atas jumlah laporan tahunan yang bisa dimasukkan, dan jika perusahaan mempertimbangkan pengungkapan tambahan cukup penting, maka mereka akan memasukkan halaman ekstra dalam laporan. Penggunaan ketiga ukuran pengungkapan sosial memungkinkan perbandingan dengan penelitian lain memungkinkan analisis komparatif untuk menilai seberapa penting pemilihan ukuran.

Penyelesaian dari instrumen interogasi maka dibuat suatu *checklist* dari item-item yang dimasukkan dalam tiap kategori dimensi tema. Diperoleh dari Ng (1985), yang dibuat pertamakali oleh Ernst&Ernst (1978), *checklist* ini telah direvisi oleh Hackston dan Milne (1996) yang menambahkan sejumlah aturan keputusan untuk memfasilitasi suatu interpretasi yang konsisten dari *checklist*. Sebagai perbedaan dengan penelitian-penelitian terdahulu, tema karyawan dibagi menjadi kesehatan dan keselamatan karyawan. Pengembangan ini konsisten dengan penelitian Gray *et al.*, (1995a).

Dalam penelitian ini dibuat suatu *checklist* dari item-item yang dimasukkan dalam tiap kategori dimensi tema yang terdiri dari: tema lingkungan,

energi, kesehatan dan keselamatan karyawan, karyawan (lain), produk, keterlibatan dalam masyarakat dan tema lainnya yang secara keseluruhan terdapat 84 item. Dari tiap laporan perusahaan akan di cek isi dari laporan tersebut. Setiap item pengungkapan akan diberi skor 1.

3.3.2 Ukuran Perusahaan

Dalam penelitian terdahulu, ukuran perusahaan telah diukur dengan jumlah karyawan, nilai total aset, volume penjualan, atau ranking indeks (seperti Fortune 500). Belkoui dan Karpik (1989) menggunakan log penjualan bersih dalam penelitian mereka, sedangkan Trotman dan Bradley (1981) menggunakan penjualan dan total aset. Cowen *et. al.* (1987) menggunakan ranking Fortune. Robert (1992) menggunakan rata-rata pendapatan selama empat tahun. Patten (1991) menggunakan log penjualan, tetapi juga mengulang analisis dengan ranking fortune 500. Jumlah karyawan, penjualan dan total aset telah tampak berkorelasi (Kimberly, 1976).

Dalam penelitian ini penjualan bersih digunakan untuk pengukuran ukuran perusahaan seperti yang dilakukan oleh Belkoui dan Karpiks (1989).

3.3.3 Profitabilitas Perusahaan

Profitabilitas dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Profitabilitas dapat diukur dengan menggunakan *Return*

on Asset, hal ini dilakukan dalam penelitian Hackston dan Milne (1996); Cowen *et. al.*, (1987). Dalam penelitian ini digunakan rumus ROA untuk mengukur profitabilitas.

$$\text{ROA} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Total asset}}$$

Dimana EBIT adalah *Earning Before Tax* (laba sebelum bunga).

3.3.4 Tipe industri

Variabel industri dalam penelitian ini diukur sebagai suatu klasifikasi dikotomi industri menjadi *high profile* dan *low profile*. Robert (1992) mendefinisikan industri *high profile* sebagai industri yang memiliki visibilitas konsumen, resiko politik yang tinggi, atau kompetisi yang tinggi. Robert (1992) menyatakan bahwa penelitian terdahulu yang mencakup industri telah terdapat suatu hubungan sistematis antara karakteristik-karakteristik tersebut dengan aktivitas pertanggung jawaban sosial. Tentu saja, semua klasifikasi itu merupakan hal yang subyektif.

Patten (1991) mengidentifikasi industri minyak, kimia, hutan dan kertas sebagai *high profile* untuk satu penelitian. Dierkes dan Preston (1977) menyatakan bahwa industri extractive sangat visibel karena menghadapi batasan-batasan hukum.

Robert (1992) memasukkan industri automobil, penerbangan, dan minyak sebagai *high profile*, sedangkan makanan, kesehatan dan produk personal, hotel dan produk alat sebagai *low profile*. Hackston dan Milne (1996) memasukkan semua industri yang diidentifikasi sebagai *high profile* pada penelitian diatas

sebagai *high profile* dengan menambahkan industri pertanian, minuman keras dan rokok, serta media komunikasi sebagai *high profile* karena industri tersebut dominan.

Dalam penelitian ini klasifikasi tipe industri mengacu pada penelitian Hackston dan Milne (1996) yaitu memasukkan industri minyak, kimia, hutan, kertas, automobil, pertanian, minuman keras dan rokok sebagai *high profile*, sedangkan makanan, kesehatan, produk personal dan produk alat sebagai *low profile*.

3.4 Teknik Analisis

3.4.1 Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif digunakan untuk menggambarkan variabel-variabel dalam penelitian ini. Alat analisis yang digunakan adalah rata-rata, maksimal, minimal dan standar deviasi untuk mendiskripsikan variabel penelitian.

3.4.2 Uji Asumsi Klasik

Setelah data berhasil dikumpulkan, sebelum dilakukan analisis terlebih dahulu dilakukan pengujian terhadap penyimpangan Asumsi Klasik, dengan tahapan sebagai berikut :

1. Uji Multikolinieritas (*Multicollinearity*):

Uji Multikolinieritas digunakan untuk menunjukkan adanya hubungan linier diantara variabel-variabel bebas dalam model regresi. Nilai *Tolerance* dan

Variance Inflation Factor (VIF) digunakan untuk mendeteksi adanya Multikolinearitas. Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas mana yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi karena ($VIF=1/tolerance$) dan menunjukkan adanya kolinearitas yang tinggi. Nilai batas yang digunakan dalam penilaian ini adalah nilai *tolerance* yang mendekati 1 atau sama dengan nilai VIF disekitar angka 10. Gejala multikolinearitas akan diidentifikasi jika VIF lebih besar dari 10 (Gujarati, 1995).

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance residual dari pengamatan satu ke pengamatan yang lain. Jika variance residual dari pengamatan satu ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan uji Glejser (Gujarati, 1995). Uji Glejser dilakukan dengan meregres nilai absolut residual terhadap variabel bebasnya. Apabila terdapat variabel bebas yang signifikan berpengaruh terhadap nilai absolut residual, maka disimpulkan terjadi heteroskedastisitas.

3.4.3 Analisis Regresi

Hipotesis pertama, kedua, ketiga dan keempat akan menguji pengaruh ukuran perusahaan, tipe industri, dan profitabilitas terhadap pengungkapan sosial

dan lingkungan perusahaan. Adapun model regresi ini ditunjukkan dalam persamaan :

$$Y = \beta_1 \text{Ln Penj.Bersih} + \beta_2 \text{Ind} + \beta_3 \text{R o A}$$

Keterangan:

Y = Jumlah Pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan

Ln Penj. Bersih = Logaritma Natural dari Penjualan Bersih

Industri = Klasifikasi industri, variabel dummy dengan;

1 = high profile dan 0 = low profile

R o A = Rasio laba sebelum bunga dan pajak terhadap total aset

Sedangkan prosedur pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2005), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan uji f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar, maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.

Salah satu cara yang termudah dalam melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Namun demikian hanya dengan melihat grafik dapat menyesatkan khususnya untuk jumlah sampel yang

kecil. Metode yang lebih handal adalah dengan melihat normal probability plot yang membandingkan antara distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk garis lurus diagonal dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data yang sebenarnya akan mengikuti garis diagonalnya.

Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing atau secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.. Adapun langkah-langkah dalam pengujiannya antara lain sebagai berikut:

1) Menentukan formulasi H_0 dan H_a

H_0 : $\beta = 0$ (tidak ada pengaruh antara masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen)

H_a : $\beta \neq 0$ (terdapat pengaruh antara masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen)

2) Level of significant $\alpha = 0,05$

3) Menentukan kriteria pengujian;

- a. H_0 diterima jika $Sig \geq 0.05$ maka H_a ditolak yang berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

b. H_a diterima jika $\text{Sig.} < 0.05$ maka H_0 ditolak yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Uji F

Uji F digunakan untuk menguji tingkat signifikan pengaruh seluruh variabel-variabel bebas atau independent (X) terhadap variabel terikat atau variabel dependent (Y). Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan taraf nyata (*level of significant*) sebesar 0.05. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS *versi 13*, adapaun cara pengujiannya adalah sebagai berikut:

$H_0 : \beta = 0$, Variabel independen (X) tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (Y)

$H_a : \beta \neq 0$, Variabel independen (X) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y)

Dan kriteria keputusannya adalah sebagai berikut:

H_0 diterima jika $\text{Sig} \geq 0.05$, maka H_a ditolak yang berarti bahwa variabel independen tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

H_a diterima jika $\text{Sig.} < 0.05$, maka H_0 ditolak yang berarti bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dalam bab ini akan menjelaskan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan data-data yang berhasil dikumpulkan, meliputi; deskripsi sampel, pengujian asumsi klasik, analisis data yang berupa hasil analisis regresi dan pembahasan tentang pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam hal ini ukuran perusahaan, *Return On Asset* (ROA), dan tipe industri terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan.

4.1 Gambaran Sampel Penelitian

Penelitian dilakukan di Bursa Efek Jakarta dengan menentukan perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar pada bursa tersebut sebagai populasi penelitian. Melalui prosedur penentuan sampel sebagaimana dipaparkan pada bab III, diperoleh sampel sebanyak 60 perusahaan.

4.2 Profil Sampel

4.2.1 Ukuran Perusahaan

Penjualan bersih perusahaan dijadikan sebagai proksi ukuran perusahaan. Klasifikasi penjualan bersih perusahaan dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut ini:

Tabel 4.1
Klasifikasi Penjualan Bersih Perusahaan Sampel

Penjualan Bersih (dalam Jutaan Rupiah)	Jumlah Perusahaan	Persentase (%)
<500.000	17	28.3 %
500.000 s.d. 1.000.000	13	21.7 %
>1.000.000	30	50 %

Sumber : Data sekunder yang diolah.

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang mempunyai penjualan bersih di bawah Rp. 500.000.000.000 sebanyak 17 perusahaan (28.3%), yang mempunyai penjualan antara Rp. 500.000.000.000 sampai Rp. 1.000.000.000.000 sebanyak 13 perusahaan (21.7%), sedangkan mempunyai penjualan bersih di atas Rp. 1.000.000.000.000 sebanyak 30 perusahaan (50%). Data lengkap tentang penjualan bersih masing-masing perusahaan yang dijadikan sampel dapat dilihat pada lampiran 1.

4.2.2 Profitabilitas

Profitabilitas diproksikan dengan *return on asset*. Klasifikasi ROA perusahaan dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 4.2
Klasifikasi ROA Perusahaan Sampel

ROA	Jumlah Perusahaan	Persentase (%)
<0	12	20 %
0 s.d. 0.1	22	36.7 %
>0.1	26	43.3 %

Sumber : Data sekunder yang diolah

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang mempunyai ROA dibawah 0 sebanyak 12 perusahaan (20 %), yang mempunyai ROA antara 0 sampai dengan 0,1 sebanyak 22 perusahaan (36.7 %), sedangkan mempunyai ROA diatas 0,1 sebanyak 26 perusahaan (43,3 %). Data lengkap tentang ROA masing-masing perusahaan yang dijadikan sampel dapat dilihat pada lampiran 2.

4.2.3 Tipe industri

Tipe industri dibedakan menjadi dua, yaitu *high profile* dan *low profile*, secara keseluruhan disajikan dalam tabel 4.3 berikut ini :

Tabel 4.3
Tipe industri Perusahaan Sampel

Tipe industri	Jumlah Perusahaan	Persentase (%)
High Profile	38	63.3 %
Low Profile	22	36.7 %

Sumber : Data sekunder yang diolah

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang merupakan industri high profile ada 38 perusahaan (63.3%), sedangkan yang merupakan industri low profile ada 22 perusahaan (36.7%). Data lengkap tentang tipe industri sampel penelitian dapat dilihat pada lampiran 3.

4.2.4 Pengungkapan Sosial dan Lingkungan Perusahaan

Tabel 4.4 menggambarkan jumlah pengungkapan sosial dan lingkungan dalam laporan perusahaan pada industri *high* dan *low*.

Tabel 4.4
Jumlah Pengungkapan Sosial dan Lingkungan Perusahaan Sampel

No.	Tipe industri	Blok	Jumlah	Jumlah Pengungkapan
1	<i>High</i>	Semen	3	60
	<i>High</i>	Keramik, plastik & kaca	6	138
	<i>High</i>	Logam dan sejenisnya	4	81
	<i>High</i>	Kimia	2	44
	<i>High</i>	Kayu dan pengolahannya	4	114
	<i>High</i>	Kertas	1	29
2	<i>High</i>	Otomotif & komponen	5	143
	<i>High</i>	Tekstil dan garmen	1	27
	<i>Low</i>	Tekstil dan garmen	2	33
	<i>Low</i>	Kabel	3	34
	<i>High</i>	Elektronik dan alat kantor	1	33
	<i>Low</i>	Elektronik dan alat kantor	1	7
	<i>High</i>	Produk Tekstil lainnya	4	90
	<i>Low</i>	Peralatan fotografi	1	15
3	<i>Low</i>	Makanan & Minuman	10	126
	<i>High</i>	Rokok	3	58
	<i>High</i>	Farmasi	4	125
	<i>Low</i>	Kosmetika	3	38

Sumber : Data sekunder yang diolah

Pada tabel 4.4 terlihat bahwa tipe industri *high profile* yang lebih banyak melakukan pengungkapan sosial dan lingkungan yaitu perusahaan otomotif dan komponennya, karena aktivitas perusahaan lebih banyak berhubungan dengan alam sehingga perusahaan ini sangat perlu memperhatikan kondisi alam. Hasil tabel 4.4 diatas membuktikan bahwa industri *high profile* lebih banyak melakukan pengungkapan sosial dan lingkungan daripada industri *low profile*. Data lengkap tentang jumlah pengungkapan sosial dan lingkungan sampel penelitian dapat dilihat pada lampiran 4.

4.3 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran mengenai responden yang dilihat dari nilai maksimum, nilai minimum, nilai rata-rata, dan nilai standar deviasi. Berdasarkan analisis statistik deskriptif diperoleh gambaran perusahaan sebagai berikut:

Tabel 4.5

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pengungkapan Sosial	60	2	36	20.03	8.369
Ukuran Perusahaan	60	10.62	17.93	13.9414	1.49973
ROA	60	-27.340	29.990	2.37277	7.788748
Jenis Industri	60	0	1	.63	.486
Valid N (listwise)	60				

Sumber: Data Sekunder yang Diolah; 2007

Berdasarkan tabel 4.5 di atas menjelaskan mengenai gambaran responden atas variabel yang diteliti. Untuk variabel yang pertama yaitu pengungkapan sosial memiliki nilai minimum sebesar 2, nilai maksimum sebesar 38, dan dengan nilai rata-rata sebesar 20.03 serta dengan nilai standar deviasi sebesar 8.369. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengungkapan sosial pada perusahaan yang menjadi sampel rata-rata adalah cukup besar, sedangkan untuk nilai standar deviasi yang lebih kecil dari nilai rata-rata menunjukkan bahwa pengungkapan sosial dari masing-masing perusahaan sampel memiliki besaran yang hampir sama antar masing-masing sampel perusahaan. Untuk variabel yang kedua yaitu ukuran perusahaan yang dinilai dengan logaritma dari penjualan bersih, nilai minimum yang diperoleh yaitu sebesar 10.62, nilai maksimum

sebesar 17.93, dan dengan nilai rata-rata sebesar 13.94 serta dengan nilai standar deviasi sebesar 1.50, yang berarti bahwa ukuran perusahaan pada perusahaan sampel memiliki jumlah yang relatif besar atau memiliki pendapatan dari hasil penjualan yang relatif tinggi, sedangkan nilai standar deviasi yang lebih kecil dari nilai rata-rata menunjukkan bahwa data ukuran perusahaan yang diukur dengan logaritma dari penjualan bersih untuk perusahaan sampel memiliki perbedaan yang relatif kecil atau hampir sama antar masing-masing perusahaan.

Sedangkan statistik deskriptif untuk gambaran variabel yang ketiga yaitu *Return On Asset (ROA)* memiliki nilai minimum sebesar -27.34, nilai maksimum 29.99 dan dengan nilai rata-rata sebesar 2.37 serta dengan nilai standar deviasi sebesar 7.79. Kondisi ini menunjukkan bahwa *Return On Asset* dari masing-masing perusahaan sampel memiliki nilai yang relatif kecil kecil atau dapat dikatakan bahwa rata-rata perusahaan sampel memiliki nilai keuntungan setelah pajak yang relatif kecil. Dan untuk variabel yang terakhir yaitu profil perusahaan yang diukur dengan variabel dummy, yaitu 1 untuk *high profile* dan nilai 0 untuk perusahaan yang *low profile* memiliki nilai minimum sebesar 0, nilai maksimum sebesar 1 dan dengan nilai rata-rata sebesar 0.63 serta dengan nilai standar deviasi sebesar 0.49. Kondisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar rata-rata untuk sampel perusahaan memiliki jenis perusahaan yang *high profile* yaitu ditunjukkan dengan nilai rata-rata sebesar 0.63 atau lebih besar dari 0.05. sedangkan untuk nilai standar deviasi yang lebih kecil dari nilai rata-rata berarti data yang terkumpul mengenai tipe industri memiliki besaran yang hampir sama antar masing-masing perusahaan.

4.4 Uji Asumsi Klasik

4.4.1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent. Uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan mencari nilai VIF, nilai *Tolerance* dan nilai *Condition Index*.

Berdasarkan tabel *coefficients* pada output regresi pertama dapat terlihat bahwa nilai *tolerance*, VIF, dan *Condition Index* untuk masing-masing variabel adalah:

Tabel 4.6
Nilai *Tolerance* dan VIF masing-masing variabel

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.714	7.246			
	Ukuran Perusahaan	.305	.522	.055	.976	1.025
	ROA	-.225	.100	-.210	.988	1.012
	Jenis Industri	12.006	1.607	.697	.981	1.019

a. Dependent Variable: Pengungkapan Sosial

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index
1	1	2.864	1.000
	2	.866	1.819
	3	.264	3.292
	4	.006	22.642

a. Dependent Variable: Pengungkapan Sosial

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2007

Berdasarkan tabel 4.6 diatas ditunjukkan bahwa hasil perhitungan nilai *Tolerance* menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai

Tolerance kurang dari 0.10 selain itu hasil perhitungan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) juga menunjukkan hal yang sama yaitu tidak ada satupun variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10, serta untuk nilai *Condition Index* yang semua memiliki nilai kurang dari 30. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi unsur multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

4.4.2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *Uji Gletjer*. Berdasarkan hasil regresi antara variabel independen dengan variabel dependen yaitu nilai *absolute residual* dari pengungkapan sosial adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Perhitungan Regresi Berganda Antara Variabel Independen (X)
Terhadap Absolut Residual dari Pengungkapan Sosial (AbsUi)

		Coefficients^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.211	4.202		2.192	.033
	Ukuran Perusahaan	-.399	.303	-.172	-1.318	.193
	ROA	.040	.058	.089	.686	.496
	Jenis Industri	1.343	.932	.188	1.442	.155

a. Dependent Variable: Abs_U

Sumber: Data sekunder yang diolah; 2007

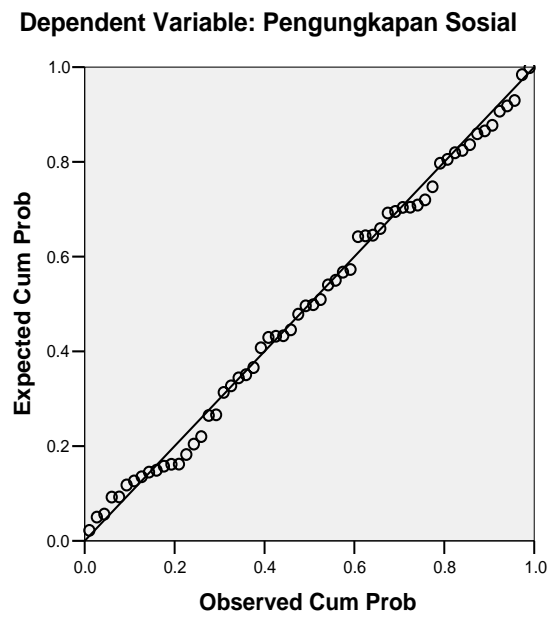
Berdasarkan perhitungan diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari semua variabel independen adalah tidak signifikan yaitu memiliki nilai yang lebih

besar dari nilai batas signifikansi 0.05, Hasil ini menunjukkan bahwa dalam data model empiris yang diestimasi tidak terdapat Heteroskedastisitas atau data empiris yang diestimasi terdapat Homoskedastisitas atau dapat dikatakan bahwa model persamaan sudah baik.

4.4.3. Uji Normalitas

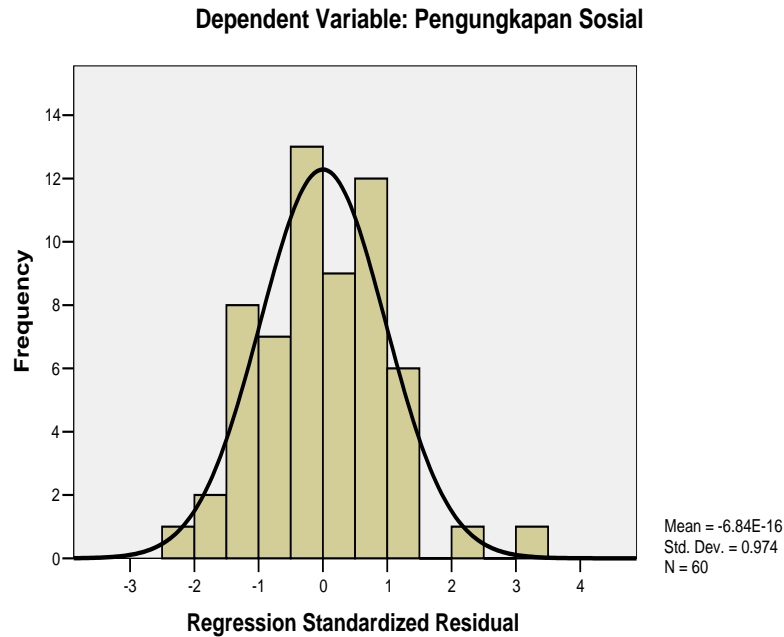
Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Untuk itu diperlukan uji normalitas, yang dimaksudkan untuk menguji apakah variabel independent (terikat) dan variabel dependen (bebas) dalam model regresi mempunyai distribusi normal apa tidak. Pengujian distribusi normal dilakukan dengan cara melihat histogram yang membandingkan data observasi dengan distribusi yang mendekati normal. Selain itu uji normalitas dapat juga dengan menggunakan *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data yang sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari data distribusi normal. Jika distribusi normal maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 1
Uji normalitas

Histogram



Gambar 2

Uji Normalitas

Pada grafik normal plot terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, dengan penyebaran mengikuti arah garis diagonal, selain itu untuk grafik histogram juga menunjukkan suatu pola yang tidak menceng baik kekanan maupun kekiri. Dengan memperhatikan kedua grafik tersebut dapat dikatakan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas sehingga layak untuk digunakan..

4.5. Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dan dengan bantuan program SPSS *versi* 13. Untuk pengujian

hipotesis tersebut dilakukan dengan menggunakan alat analisis regresi linier berganda yaitu dengan uji F. Adapun hasil pengujian tersebut dapat dirangkum pada tabel berikut ini:

Tabel 4.8

UJI F

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2155.876	3	718.625	20.365	.000(a)
	Residual	1976.058	56	35.287		
	Total	4131.933	59			

a Predictors: (Constant), Tipe industri, ROA, Ukuran Perusahaan

b Dependent Variable: Pengungkapan Sosial

Berdasarkan tabel di atas diperoleh hasil bahwa secara simultan variabel independen (X) mempunyai kemampuan dalam mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Hasil ini ditunjukkan dengan nilai F_{hitung} yaitu sebesar 20.365 dan dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 atau lebih kecil dari batas nilai signifikansi ($\alpha = 0.05$). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam rangka untuk menjelaskan pengungkapan sosial dan lingkungan maka variabel ukuran perusahaan, tipe industri dan ROA dapat digunakan secara bersama-sama.

Untuk pengujian hipotesis pertama sampai pengujian hipotesis ketiga dilakukan dengan menggunakan uji t. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan alat analisis regresi linier berganda di peroleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.9
Ringkasan Hasil Persamaan Regresi Linier Berganda

		Coefficients^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.714	7.246		1.203	.234
	Ukuran Perusahaan	.305	.522	.055	.584	.562
	ROA	-.225	.100	-.210	-2.255	.028
	Jenis Industri	12.006	1.607	.697	7.472	.000

a. Dependent Variable: Pengungkapan Sosial

Sumber: Data Sekunder yang Diolah; 2007

Berdasarkan tabel di atas maka dapat dibentuk suatu persamaan regresi yaitu sebagai berikut:

$$Y = 0.055X_1 - 0.210X_2 + 0.697X_3 + 5.94$$

4.5.1 Pengujian Hipotesis Pertama

Hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan. Dalam rangka untuk pengujian hipotesis pertama tersebut, maka dilakukan dengan menggunakan persamaan regresi linier berganda dan berdasarkan pengujian hipotesis dengan menggunakan regresi linier berganda yang telah dirangkum pada tabel 4.8 di atas, diperoleh hasil sebagai berikut:

Berdasarkan hasil tabel 4.8 di atas, dapat diketahui bahwa secara parsial, ukuran perusahaan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel pengungkapan sosial. Hasil perhitungan variabel ukuran perusahaan terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan diperoleh nilai *p-value* sebesar 0.562,

dimana nilai *p-value* tersebut lebih besar dari nilai *level of significance* 0,05. Hal ini membuktikan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan. Berdasarkan hasil analisis tersebut diperoleh nilai hubungan yang positif yaitu ditunjukkan dari nilai koefisien regresi dan nilai t_{hitung} yang positif sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan semakin tinggi ukuran perusahaan maka kecenderungan pengungkapan sosial dan lingkungan yang terjadi pada perusahaan akan mengalami peningkatan secara tidak signifikan.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan maka hipotesis pertama yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif secara signifikan terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan tidak dapat dibuktikan atau hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini ditolak.

4.5.2 Pengujian Hipotesis Kedua

Pengujian hipotesis kedua dilakukan untuk menguji pengaruh antara *Return On Asset* terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan. Untuk mengetahui apakah variabel *Return On Asset* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan dan seberapa kuat pengaruh *Return On Asset* terhadap pengungkapan sosial, maka digunakan alat analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil pengujian dengan alat analisis regresi linier berganda yang dirangkum dalam tabel 4.8, diperoleh hasil bahwa secara langsung atau parsial variabel *Return On Asset* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan, hasil ini ditunjukkan dengan *p-value* sebesar 0.028 atau dibawah nilai *level of significance* ($\alpha=0.05$). Berdasarkan perhitungan itu juga diperoleh nilai koefisien regresi yang negatif, hal ini menunjukkan bahwa semakin rendah nilai *Return On Asset* maka pengungkapan sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan akan semakin meningkat secara signifikan dan sebaliknya perusahaan dengan nilai *Return On Asset* yang semakin tinggi maka pengungkapan sosial dan lingkungan yang dilakukan akan semakin menurun.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang menyatakan bahwa variabel *Return On Asset* secara parsial memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan, maka hipotesis kedua yang mengatakan bahwa variabel *Return On Asset* berpengaruh positif secara signifikan terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan tidak dapat dibuktikan dalam penelitian ini atau hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini ditolak.

4.5.3 Pengujian Hipotesis Ketiga

Hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini adalah tipe industri berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan. Dalam rangka pengujian hipotesis ketiga tersebut, maka dilakukan dengan menggunakan persamaan regresi linier berganda. Berdasarkan pengujian dengan menggunakan

regresi linier berganda yang telah dirangkum pada tabel 4.8 diperoleh hasil sebagai berikut:

Berdasarkan hasil tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa secara parsial, tipe industri memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel pengungkapan sosial dan lingkungan. Hasil ini ditunjukkan dengan *p-value* sebesar 0.000, dimana nilai tersebut lebih kecil dari nilai *level of significance* 0,05. Hal ini membuktikan bahwa profil industri berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan. Berdasarkan hasil analisis tersebut diperoleh nilai hubungan yang positif yaitu ditunjukkan dari nilai koefisien regresi yang positif sehingga dapat disimpulkan bahwa perusahaan dengan tipe *high profile* maka pengungkapan sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut akan lebih besar bila dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki tipe *low profile*.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut yang menyatakan bahwa tipe industri berpengaruh positif secara signifikan terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan, maka hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa tipe industri berpengaruh positif secara signifikan terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan dapat dibuktikan atau hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini diterima.

4.6 Pembahasan

4.6.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial dan Lingkungan

Penelitian mengenai pengaruh antara ukuran perusahaan terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya dan hasil yang diperoleh juga sama baik didalam negeri maupun di luarr negeri. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Kelly (1981), Pattern (1991) di Amerika Serikat dan Hacston dan Milne (1996) di New Zealand yang menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh secara positif terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan, sedangkan penelitian di dalam negeri yang dilakukan oleh Rahma Yuliani (2003) juga menunjukkan hasil yang sama yaitu ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan.

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan, yang berarti semakin besar ukuran perusahaan, pengungkapan sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan tidak akan selalu lebih tinggi. Kondisi ini mengindikasikan bahwa untuk mendapat legitimasi, perusahaan besar tidak akan selalu melakukan aktivitas sosial dan lingkungan lebih banyak agar mempunyai pengaruh pada pihak-pihak internal maupun eksternal yang mempunyai kepentingan terhadap perusahaan. Hasil penelitian yang tidak menerima hipotesis yang diajukan, menunjukkan bahwa perusahaan yang mempunyai profitabilitas tinggi belum tentu lebih banyak melakukan aktivitas sosial dan lingkungan karena mereka menganggap masyarakat eksternal kurang memperhatikan kondisi lingkungan akibat kegiatan operasi perusahaan. Selain itu aspek hukum juga belum menghasilkan suatu hasil

yang jelas tentang kewajiban perusahaan untuk melaporkan pengungkapan sosial dan lingkungan atas kegiatan perusahaan. Untuk itu dalam hal luas tidaknya pengungkapan sosial dan lingkungan lebih didasarkan pada keinginan dan tujuan perusahaan dalam rangka mencapai tujuan perusahaan yaitu mendapatkan tingkat penjualan dan keuntungan yang besar. Dengan demikian hasil penelitian ini tidak mendukung teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan dapat bertahan apabila masyarakat di sekitarnya merasa bahwa perusahaan melakukan aktivitas bisnisnya sesuai dengan nilai yang dimiliki oleh masyarakat (Gray et.al, 1996).

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang dinilai dengan penjualan bersih tidak memiliki pengaruh yang signifikan, berarti hasil penelitian ini tidak didukung atau bertentangan hasil penelitian yang dilakukan Kelly (1981), Pattern (1991) di Amerika Serikat dan Hacston dan Milne (1996) di New Zealand serta (Rahma Yulianti (2003) yang menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh secara positif terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan. Adapun perbedaan hasil penelitian sekarang dengan hasil penelitian sebelumnya kemungkinan dikarenakan pengambilan periode yang digunakan serta banyaknya periode yang digunakan dimana pada penelitian sekarang periode yang digunakan hanya satu tahun, sedangkan pada penelitian sebelumnya digunakan periode lebih dari satu tahun.

4.6.2 Pengaruh *Return On Asset* Terhadap Pengungkapan Sosial dan Lingkungan

Return On Asset merupakan tingkat pengembalian atas penggunaan asset perusahaan. Semakin tinggi *Return On Asset* berarti tingkat keuntungan yang dihasilkan perusahaan semakin tinggi yang berarti tuntutan untuk melakukan pengungkapan sosial dan lingkungan dari masyarakat luar juga akan semakin tinggi. Oleh karena itu untuk mendapatkan respon yang positif dari lingkungan eksternal, maka perusahaan harus mengungkapkan pengungkapan sosial dan lingkungannya lebih tinggi.

Hasil analisis dengan menggunakan regresi linier berganda menunjukkan bahwa *Return On Asset* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan, sedangkan pengaruh yang ditimbulkan adalah negatif yang berarti semakin tinggi *Return On Asset*, maka pengungkapan sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan akan semakin sedikit. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan cenderung lebih berorientasi pada keuntungan. Hal ini juga disinyalir oleh Donovan (2000) yang menyatakan bahwa pada saat perusahaan memperoleh keuntungan yang tinggi yaitu dengan tingkat *Return On Asset* yang tinggi maka perusahaan merasa tidak perlu untuk mengungkapkan pengungkapan sosial dan lingkungan karena perusahaan sudah memperoleh kesuksesan finansial. Sedangkan pada saat perusahaan memperoleh keuntungan yang rendah yaitu dengan *Return On Asset* yang rendah terdapat persepsi bahwa pengguna laporan senang untuk membaca berita baik (*good news*) tentang kinerja perusahaan dalam bidang sosial dan lingkungan seperti kinerja lingkungan.

Berdasarkan penjelasan di atas yang menyatakan bahwa *Return On Asset* memberikan pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan berarti hasil penelitian ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ng (1985), Patten (1991) dan Hackston dan Milne (1996) yang menyatakan bahwa *Return On Asset* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan. Hasil penelitian ini juga tidak mendukung teori yang menyatakan bahwa dengan adanya laba yang tinggi maka manajemen akan melakukan pengungkapan sosial dan lingkungan yang luas.

4.6.3 Pengaruh Tipe Industri Terhadap Pengungkapan Sosial dan Lingkungan

Tipe industri menunjukkan apakah perusahaan yang menjadi sampel tergolong sebagai *high profile* atau *low profile*. Perusahaan yang tergolong industri *high profile* cenderung akan lebih luas dalam pengungkapan sosial dan lingkungannya bila dibandingkan dengan perusahaan dengan industri *low profile*. Hal ini dikarenakan perusahaan dengan high profile memiliki aktivitas industri yang banyak berhubungan dengan lingkungan serta dibatasi oleh hukum.

Berdasarkan hasil penelitian yang dirangkum pada tabel 4.6 dapat diketahui bahwa variabel tipe industri memiliki tingkat *p-value* <0.05. Hal ini menunjukkan bahwa tipe industri berpengaruh positif secara signifikan terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa industri *high profile* cenderung melaporkan lebih banyak pengungkapan sosial

dan lingkungan dibandingkan dengan industri *low profile*. Dengan demikian penelitian ini menerima hipotesis kedua yang menyatakan tipe industri mempunyai pengaruh positif terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa industri *high profile* lebih banyak melakukan pengungkapan sosial karena aktivitas industri *high profile* lebih banyak berhubungan dengan lingkungan dan dibatasi oleh hukum. Dengan memberikan lebih banyak pengungkapan sosial dan lingkungan maka aktifitas perusahaan akan mendapat legitimasi oleh pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan. Selain itu luasnya pengungkapan sosial dan lingkungan juga sesuai dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa *stakeholder* merupakan pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan yang dapat mempengaruhi atau dapat dipengaruhi oleh aktivitas perusahaan.

Berdasarkan hasil penjelasan di atas yang menyatakan bahwa tipe industri memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan, berarti hasil penelitian ini sesuai atau didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Kelly (1981) yang menyatakan bahwa perusahaan industri utama dan sekunder cenderung untuk mengungkapkan lebih banyak informasi yang berhubungan dengan lingkungan dan energi dibandingkan perusahaan di bidang industri tersier. Selain itu hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian dari Patten (1991) dan Hacston dan Milne (1996) yang menemukan bahwa tipe industri mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan. Muslim Utomo (1999) yang menyatakan

industri *high profile* lebih banyak mengungkapkan pengungkapan sosial dan lingkungan dibanding industri *low profile*.

BAB V

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian atas data dalam penelitian mengenai analisis pengaruh ukuran perusahaan, *Return On Asset*, dan tipe industri terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEJ, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis data menunjukkan tidak adanya pengaruh yang signifikan antara ukuran perusahaan terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan, yaitu dengan *p-value* sebesar 0.562 atau di atas *level of significance* ($\alpha = 0.05$), yang berarti bahwa semakin besar ukuran perusahaan, pengungkapan sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan tidak selalu luas. Hasil ini menunjukkan bahwa dalam hal luas tidaknya pengungkapan sosial dan lingkungan lebih didasarkan pada keinginan dan tujuan perusahaan dalam rangka mencapai tujuan perusahaan yaitu mendapatkan tingkat penjualan dan keuntungan yang besar. Dengan demikian hasil penelitian ini tidak mendukung teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan dapat bertahan apabila masyarakat di sekitarnya merasa bahwa perusahaan melakukan aktivitas bisnisnya sesuai dengan nilai yang dimiliki oleh masyarakat
2. Hasil analisis data menunjukkan adanya pengaruh yang negatif dan signifikan antara *Return On Asset* terhadap pengungkapan sosial dan

lingkungan, yaitu dengan dengan tingkat *p-value* sebesar 0.028 atau di bawah *level of significance* ($\alpha = 0.05$), yang berarti bahwa semakin rendah *Return On Asset* maka pengungkapan sosial dan lingkungan yang dilakukan perusahaan akan semakin luas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan cenderung lebih berorientasi pada keuntungan, dimana pada saat perusahaan memperoleh keuntungan yang tinggi maka perusahaan merasa tidak perlu untuk mengungkapkan pengungkapan sosial dan lingkungan karena perusahaan sudah memperoleh kesuksesan finansial. Sedangkan pada saat perusahaan memperoleh keuntungan yang rendah, maka terdapat persepsi bahwa pengguna laporan senang untuk membaca berita baik (*good news*) tentang kinerja perusahaan dalam bidang sosial seperti kinerja lingkungan

3. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel tipe industri memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pengungkapan sosial, yaitu ditunjukkan dengan *p-value* sebesar 0.000 atau di bawah *level of significance* 0.05. Hasil penelitian ini berarti sesuai dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa industri *high profile* lebih banyak melakukan pengungkapan sosial karena aktivitas industri *high profile* lebih banyak berhubungan dengan lingkungan dan dibatasi oleh hukum, yang berarti dengan memberikan lebih banyak pengungkapan sosial dan lingkungan maka aktifitas perusahaan akan mendapat legitimasi oleh pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan

4. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan regresi linier berganda yaitu dengan uji t bahwa secara simultan variabel independen (X) mempunyai kemampuan dalam mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Hasil ini ditunjukkan dengan nilai F_{hitung} yaitu sebesar 20.365 dan dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 atau lebih kecil dari batas nilai signifikansi ($\alpha = 0.05$). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam rangka untuk menjelaskan pengungkapan sosial dan lingkungan maka variabel ukuran perusahaan, tipe industri dan ROA dapat digunakan secara bersama-sama.

5.2 Keterbatasan

Peneliti mengakui sejumlah keterbatasan yang ada dalam penelitian ini, berikut ini keterbatasan-keterbatasan yang memungkinkan dapat menimbulkan gangguan pada hasil penelitian ini:

1. Penelitian ini hanya menggunakan indikator ukuran perusahaan, *Return On Asset*, dan tipe industri. Oleh karena itu untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variabel yang lain dengan tujuan agar hasil yang didapatkan dalam menjelaskan pengungkapan sosial dan lingkungan akan semakin baik.
2. Periode pengamatan dalam penelitian ini hanya menggunakan satu periode pengamatan.
3. Perhitungan profitabilitas menggunakan *Return On Asset*, sehingga profitabilitas hanya dihitung berdasarkan laba perusahaan.

5.3 Saran dan Implikasi

Berdasarkan keterbatasan di atas, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Para pelaku bisnis agar lebih seksama atau lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan dalam melakukan investasi dengan melakukan pembelian atas saham perusahaan yang hanya didasarkan pada pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan.
2. Agar pengukuran pengungkapan sosial dan lingkungan lebih baik dan dapat untuk menjelaskan semua industri yang ada, maka untuk penelitian selanjutnya sampel yang digunakan tidak hanya pada industri manufaktur saja, melainkan industri yang lain yang terdaftar di BEJ.
3. Untuk kepentingan penelitian selanjutnya agar menghasilkan sesuatu yang lebih baik, maka diharapkan untuk menambah sampel tersebut yaitu dengan cara memperpanjang periode pengamatan.
4. Perhitungan profitabilitas dapat dihitung dengan menggunakan indikator yang lain, sehingga profitabilitas tidak hanya dihitung berdasarkan laba perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anto Dayan. (1996). *Pengantar Metode Statistik Jilid I dan II*, LP3ES Jakarta.
- Belkaoui, .A dan Karpik, P.G. (1989), " Determinant of the corporate decision to disclose social information", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, vol. 2 No. 1. pp. 36-51
- Gray, R., Kouhy, R dan Laver, S. (1995a), "Corporate social and environmental reporting: a review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 8 No. 2 pp. 78-101.
- Gray, R, Owen D., dan Adams, C. (1996), *Accounting and Accountability*, Prentice Hall Europe.
- Gray, R., Owen, D. dan Maunders, K. (1987), *Corporate Social Reporting: Accounting and Accountability*, Prentice-Hall, London.
- Gujarati, Damodar N., 1995. *Basic Econometrics*. Third Edition. Me. Graw-Hill.
- Guthrie, J. dan Mathews, M.R. (1985), "Corporate social accounting in Australia" in Preston, LE. (Ed.), *Research in Corporate Social Performance and Policy*, Vol. 7. Pp.251-77
- Guthrie, J. dan Parker, L.D. (1990), "Corporate social disclosure practice: a comparative international analysis", *Advances in Public Interest Accounting*, Vol. 3. Pp. 159-75.
- Hackston, David. dan Markus, J Milne, (1996), "Some determinants of social and environmental disclosures in New Zealand Companies", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 9 No. 1, pp. 77-108.
- Kelly, G.J (1981) "Australian social responsibility disclosure: some insights into contempory measurement", *Accounting and Finance*, Vol. 21 No. 2, pp. 97-104.
- Krippendorff, K. (1980), *Content Analysis: An Introduction to its Methodology*, Sage, London.
- Muhammad Muslim Utomo (1999), *Praktek Pengungkapan Sosial pada Laporan Tahunan Perusahaan Di Indonesia*, Makalah SNA III.

Ng, L. W. (1985), "Social responsibility disclosures of selected New Zealand companies for 1981, 1982, 1983", Occasional paper No. 54, Massey University, Palmerston North.

Patten, D. M. (1991), "Exposure, legitimacy, and social disclosure", *Journal of Accounting and Public Policy*, Vol. 10, pp. 297-308.

Roberts, R.W. (1992), "Determinants of corporate social responsibility disclosure: an application of stakeholder theory", *Accounting, Organizations and Society* Vol. 17 No. 6, pp. 595-612