

**SKRIPSI**

**“ Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Yang  
Diungkapkan Pada Laporan Tahunan Terhadap**

**Profitabilitas**

**(Studi Pada Perusahaan *High Profile* yang Terdaftar di Bursa**

**Efek Indonesia Periode 2006-2007) ”**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Meraih Derajat Sarjana Ekonomi**

**Disusun oleh :**

**PRAMITA YULIANA**

**0510230142**



**JURUSAN AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
MALANG  
2009**

## KATA PENGANTAR

اَللّٰهُمَّ عَلَيْكَ وَرَحْمَةُ اللهِ وَبَرَكَاتُهُ

Alhamdulillah, dengan memanjatkan puji syukur yang sedalam-dalamnya kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Yang Diungkapkan Pada Laporan Tahunan Terhadap Profitabilitas (Studi Pada Perusahaan *High Profile* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2006-2007)”**

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat dalam mencapai derajat Sarjana Ekonomi (S1) pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya Malang.

Penulis menyadari bahwasannya dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, petunjuk, nasehat dan bimbingan dari berbagai pihak sehingga penulis dapat mengatasi berbagai kesulitan yang timbul dengan lancar sehingga laporan ini dapat diselesaikan secepatnya.

Dalam kesempatan ini pula, tanpa bermaksud mengurangi arti bantuan pihak-pihak lain yang terlibat dalam penyusunan laporan ini, penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. DR. Bambang Subroto, SE, Ak, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya Malang, sekaligus Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji I yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan,

bantuan dan saran dalam penyusunan skripsi ini hingga terselesaikan dengan baik.

2. Bapak Dr. Unti Ludigdo, SE, M.Si, Ak, selaku Ketua Jurusan Akuntansi.
3. Bapak Abdul Ghofar, SE., M.Si., M.Acc., Ak, selaku Dosen Penguji 1.
4. Ibu Tubandriyah Herawati, SE., M.M., Ak, selaku Dosen Penguji 2.
5. Keluarga penulis : Mama, Papa, Wisnu dan Cipluk yang selalu mendoakan dan memberi *support* tiada hentinya.
6. Dimas Siddik, mahasiswa S1 Jurusan Teknik Mesin '04 Unibraw yang selalu Siap Antar Jaga dan memotivasi penulis selama pengerjaan laporan ini.
7. Segenap Dosen pengajar Fakultas Ekonomi terutama Jurusan Akuntansi atas ilmu dan bimbingan yang telah diberikan kepada penulis selama melakukan studi di Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya Malang.
8. Pak Andi dan Mbak Ratna yang telah membantu penulis selama melakukan penelitian di Pojok BEJ, serta segenap staf Fakultas Ekonomi yang telah membantu penulis selama melakukan studi di Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya Malang.
9. Seluruh teman-teman penulis yang telah memberikan dukungan dan bantuan sebelum, ketika dan sesudah penulis melaksanakan penulisan skripsinya.

Terakhir, meskipun dalam proses penulisan skripsi ini dimungkinkan bantuan dan kerjasama dari berbagai pihak, namun setiap kesalahan yang terdapat di dalamnya merupakan kelalaian dan tanggung jawab penulis. Kritik dan saran

repository.ub.ac.id

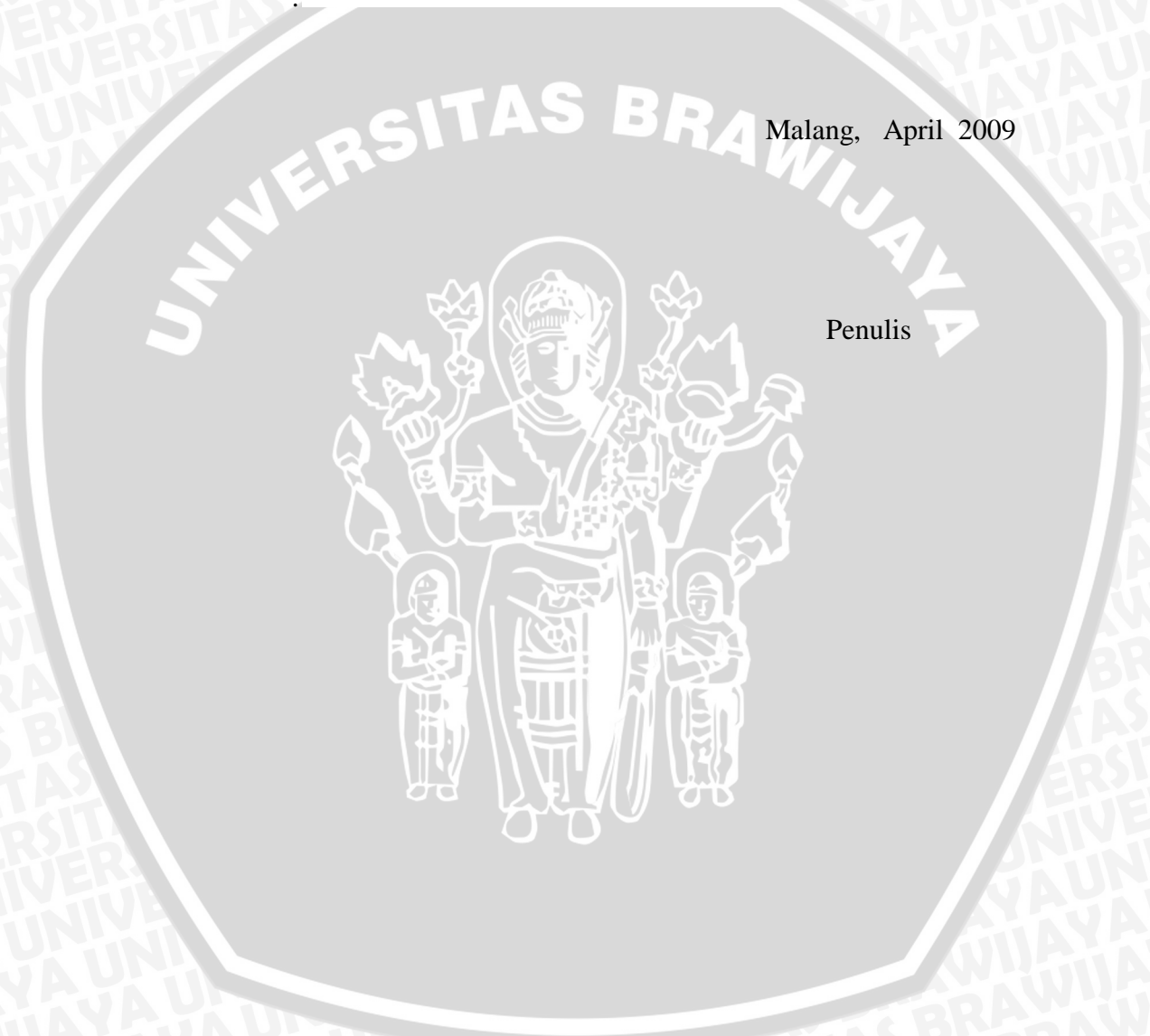
dari pembaca, penulis terima dengan tulus guna memperbaiki laporan ini. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

وَالسَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Malang, April 2009

Penulis



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	i
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>ABSTRAKSI</b> .....	viii
<b>ABSTRACT</b> .....	ix
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	7
1.4.2 Manfaat Praktis .....	7
1.5 Sistematika Penulisan .....	8
 <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan .....	10
2.1.1 Definisi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan .....	10
2.1.2 Latar Belakang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan .....	11
2.1.3 Pro Kontra Tanggung Jawab Sosial Perusahaan .....	12
2.1.4 Tujuan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan .....	15
2.1.5 Keterlibatan Perusahaan dalam Kegiatan Sosial .....	16
2.2 Pengungkapan .....	16
2.2.1 Definisi Pengungkapan .....	17
2.2.2 Tujuan Pengungkapan .....	17
2.2.3 Sifat dan Kualitas Pengungkapan .....	19
2.2.4 Tipe Pengungkapan .....	21

2.2.5 Konsep dan Metode Pengungkapan.....	21
2.2.6 Hambatan dalam Pengungkapan.....	24
2.3 Pengungkapan Sosial Perusahaan .....	25
2.3.1 Definisi Pengungkapan Sosial .....	25
2.3.2 Teori yang Melatarbelakangi Pengungkapan Sosial .....	26
2.3.3 Alasan dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Terwujudnya Pengungkapan Sosial .....	28
2.3.4 Media Pengungkapan Sosial .....	29
2.3.5 Tema Pengungkapan Sosial .....	29
2.4 Profitabilitas .....	30
2.4.1 <i>Return on Assets</i> (ROA) .....	31
2.4.2 <i>Earning per Share</i> (EPS).....	31
2.5 Penelitian Terdahulu .....	32
2.6 Hipotesis Penelitian .....	33
2.6.1 Hubungan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dengan Profitabilitas.....	34

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Jenis Penelitian.....	37
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian .....	37
3.2.1 Populasi.....	37
3.2.2 Sampel.....	38
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	41
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	41
3.4.1 Variabel Independen .....	41
3.4.2 Variabel Dependen.....	43
3.5 Metode Analisis Data .....	43
3.5.1 Uji Asumsi Klasik.....	43
3.5.1.1 Uji Normalitas.....	43
3.5.1.2 Uji Autokorelasi.....	44

3.5.1.3 Uji Heteroskedastisitas .....	44
3.5.2 Uji Hipotesis.....	45
3.5.3 Uji Sensitivitas .....	45

**BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

4.1 Hasil Analisis .....	47
4.1.1 Statistik Deskriptif .....	47
4.1.2 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	48
4.1.2.1 Hasil Uji Normalitas .....	49
4.1.2.2 Hasil Uji Gejala Autokorelasi .....	50
4.1.2.3 Hasil Uji Gejala Heteroskedastisitas .....	50
4.1.3 Hasil Uji Hipotesis .....	51
4.1.4 Model Regresi yang Terbentuk .....	51
4.1.5 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	52
4.1.6 Analisis Sensitivitas .....	52
4.2 Pembahasan.....	53

**BAB V PENUTUP**

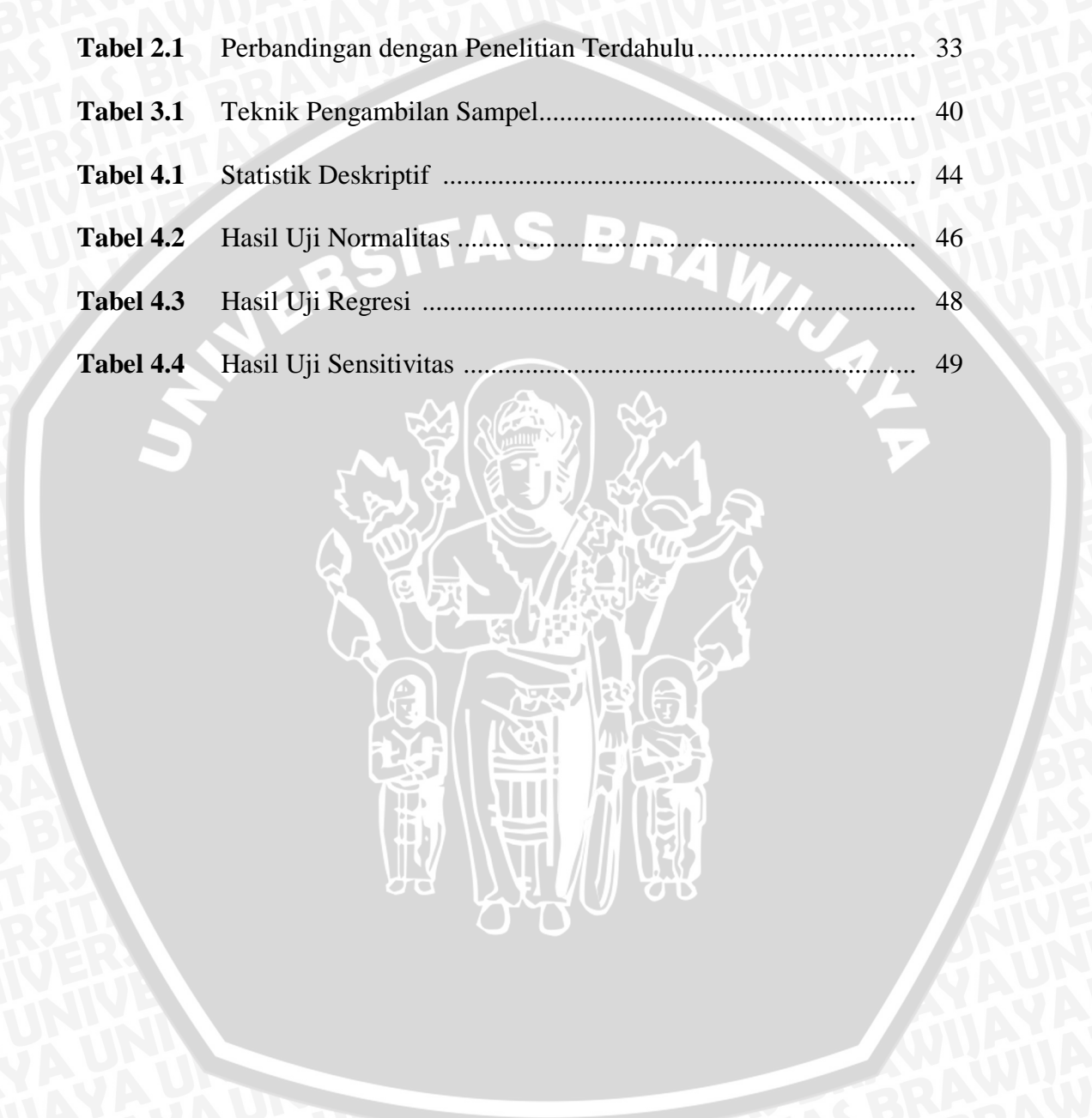
5.1 Kesimpulan .....	56
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	57
5.3 Implikasi untuk Penelitian Selanjutnya.....	57
5.3.1 Implikasi Praktis.....	57
5.3.2 Implikasi Teoritis .....	58
5.3.3 Implikasi untuk Penelitian yang Akan Datang.....	58

**DAFTAR PUSTAKA**



**DAFTAR TABEL**

<b>Tabel 2.1</b>	Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu.....	33
<b>Tabel 3.1</b>	Teknik Pengambilan Sampel.....	40
<b>Tabel 4.1</b>	Statistik Deskriptif .....	44
<b>Tabel 4.2</b>	Hasil Uji Normalitas .....	46
<b>Tabel 4.3</b>	Hasil Uji Regresi .....	48
<b>Tabel 4.4</b>	Hasil Uji Sensitivitas .....	49





## Mbii says Thanks to.....

ALLAH SWT..

For all d whole things that happens in this great adventure..good or bad..bitter or sweet..in d end I've come to realize that ive been blessed and everything juz make me stronger than ever..

My Trulymadlydeply love, my remarkable **MOM**,,d tough and powerful mother ever, love u more than I can say Mom!!promise I'll do whatever it takes to make U happy..

My Beloved **Dad**, for all love,support and suggestion, my little sist' **Cipluk** for make everything more easier with ur compliance and my brother **Wisnu** for..... (hmm...what should I say??) juz for make me more hav another family :P

The answer from my pray, **Dimas Siddik** ( Mbulat).. for all affection, careless, and always being here whenever I need u.. not enough one piece of paper to describe everything that u gave to me and how thankful iam to having U (well maybe one n quarter paper..:P)

My best friend..**Ndulita**..for colourfull sistahood, unimportant silly conversation (esp.gossip), n all d good n bad things love cases (we was in the same boat) that weve been through for 4 years..thanks for beeing one of the best bestfriend 4 me..

**Mala** and **husen** (package,cant be apart) Thank U soooooo muchhhh 4 accompany me in that important day, I owe u big beb, **Tisa** (great friendship and unforgettable stories bout us esp. when in ur room) and **Chepu** (what a awesome class, variety lecturer & assignment and gratefull experience we've been passed together).

JSC (of course)..

**Aci, rian, rama, ratna, jaffar, rudi, cholid, muky, Vira, kodok** and all 2005 generation (**dedes, mira, resti, chepu, kuro, wibi, basir, husen, ardi, mukti**,etc).. Malang wont be fun and pleasing without U guys..thx 4 make me feel hav another family..

All my big fam's.. all my aunty and cousin who help me and family get through with everything and have a share in my graduation, tante ida, tante fanny, tante sally, tante tina, kingla, kima, kiybie, irfan etc..

Watugong 31, yolanda, tisa, mba wulan, dedes, (again), my other bestfriend that even weve separated by distance but still have contatc me, Nina, Dci, Sapi, Amel, por friendship wont ever end,,, All akuntansi'05 its really really great to know u all and unforgetable class that we've spent together.. adit ( brainstorming friend when working my thesis and always give me fresh idea) and All my friends wherever they are that I cant mention one by one who make more more more enjoy my life and give more colour in my friendship....

THANKS ALL...

.ambi.



LEFOR  
OPENO

**PENGARUH TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN  
YANG DIUNGKAPKAN PADA LAPORAN TAHUNAN**  
(Studi Pada Perusahaan *High Profile* Yang Terdaftar Di Bursa Efek  
Indonesia Periode 2006-2007 )

Oleh :  
**Pramita Yuliana**  
0510230142

**Dosen Pembimbing:**  
**Prof. DR. Bambang Subroto, SE, Ak, MM**

**ABSTRAKSI**

Selain laba dan pertumbuhan, ada faktor lain yang tidak kalah penting dalam memenangkan persaingan antar perusahaan yaitu keberlangsungan. Kunci utama keberlangsungan adalah adanya penerimaan publik akan hadirnya perusahaan. Untuk mencapai keberlangsungan, lahirlah suatu konsep yang dikenal sebagai tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan mulai menyadari pentingnya mengantisipasi opini masyarakat menyangkut masalah-masalah sosial demi perusahaan itu sendiri. Reputasi sebagai pemberi kerja yang penuh kepedulian dengan perhatian yang sungguh-sungguh terhadap tanggung jawab sosial, langsung berakibat pada timbulnya deviden-deviden ekonomi di masa depan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan dan diungkapkan dalam laporan tahunan terhadap profitabilitas. Penelitian menggunakan sampel perusahaan yang masuk dalam kategori *high profile* yang terdaftar di BEI berturut-turut pada tahun 2006-2007. Pemilihan sampel ditentukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dan berdasarkan teknik *pooled data* yang dilakukan, diperoleh 70 perusahaan untuk penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu tanggung jawab sosial yang diprosikan dengan pengungkapan sosial pada laporan tahunan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap komponen profitabilitas, yaitu tingkat perputaran aktiva (ROA). Selain itu, analisis sensitivitas yang menggunakan pendapatan per saham (EPS) sebagai komponen dari profitabilitas juga menunjukkan hasil yang signifikan. Hasil penelitian ini mengimplikasikan bahwa semakin tinggi tanggung jawab sosial yang dimiliki perusahaan, maka profitabilitas perusahaan juga akan meningkat.

Kata kunci: tanggung jawab sosial, pengungkapan sosial, profitabilitas, ROA, EPS.

# **THE EFFECT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY THAT BEING DISCLOSED ON ANNUAL REPORT**

*(Study at High Profile Companies that Listed on Indonesian Stock  
Exchange (ISX) Period 2006-2007)*

**By:**

**Pramita Yuliana  
0510230142**

**Advisor Lecturer:**

**Prof. DR. Bambang Subroto, SE, Ak, MM**

## **ABSTRACT**

*Besides growth and profit, there is other factor which is not less important in winning competition with other companies, the other factor is sustainability. The important thing of sustainability is public acceptance for company attended. To reach sustainability, emerge a concept as known as corporate social responsibility. Companies start to realize it is important to anticipate society opinion about concerning problem of social for the shake of company itself. Reputation as employer which is full of care with serious attention to social responsibility causes direct incidence the economic dividend in future.*

*This aim of research is to know the effect of corporate social responsibility that being disclosed on annual report to profitability. Research used companies with high profile categories were listed at Indonesian Stock Exchange (ISX) successively on 2006-2007. The sample of this research was extracted with purposive sampling method; therefore by pooled data method obtained 70 companies to observe.*

*The result indicate that independent variable which is corporate social responsibility shown by social disclosure at annual report have significant positive influence to profitability component that shown with return on assets (ROA). Besides, sensitivity analysis using earning per share (EPS) as other component of profitability also shows significant result. This result implied that if corporate social responsibilities are high, the profitability will be increase.*

**Keyword:** *corporate social responsibility, social disclosure, profitability, ROA, EPS.*

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang

Beberapa indikator keberhasilan perusahaan dalam memenangkan persaingan di dunia usaha adalah profit dan pertumbuhan. Peningkatan profit ditandai dengan semakin meningkatnya tingkat penjualan produk dalam pasar. Sedangkan pertumbuhan ditandai dengan meningkatnya nilai investasi yang ditanamkan perusahaan. Namun, selain profit dan pertumbuhan ada faktor lain yang tidak kalah penting yaitu keberlangsungan (*sustainability*). Kunci utama keberlangsungan adalah adanya penerimaan publik akan hadirnya perusahaan. Untuk mencapai keberlangsungan, lahirlah suatu konsep yang dikenal sebagai *corporate social responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan, (Tresnawati :2008)

Perusahaan sebagai bagian dari industri yang tumbuh di tengah masyarakat, berlomba-lomba menambah kekayaan dengan meningkatkan penjualan sehingga laba menjadi bertambah. Selama ini perusahaan dianggap sebagai lembaga yang dapat memberikan banyak keuntungan bagi masyarakat. Perusahaan bisa memberikan kesempatan kerja, menyediakan barang yang dibutuhkan masyarakat, membayar pajak, memberikan sumbangan dan lain-lain.

Perusahaan yang menarik dana dari berbagai individu dalam masyarakat umum diharapkan ikut bertanggung jawab kepada kelompok masyarakat yang juga terdiri atas para investor dan kreditor. Perusahaan mempekerjakan sejumlah

besar pegawai dan buruh, hal ini menjadikan perusahaan bertanggungjawab kepada pekerja dan organisasinya (serikat pekerja). Perusahaan memproduksi barang dan jasa untuk kepentingan konsumen, menjadikan perusahaan bertanggung jawab kepada kelompok masyarakat yang merupakan konsumen yang peka terhadap kualitas dan perubahan harga. Perusahaan dalam kegiatan operasi juga menggunakan sumber daya alam sehingga menimbulkan polusi tanah, air, dan udara yang merugikan masyarakat (Zuhroh dan Sukmawati : 2003).

Dalam akuntansi konvensional (*mainstream accounting*), pusat perhatian perusahaan adalah *stockholders* dan *bondholders* sedangkan pihak yang lain sering diabaikan. Seiring dengan tuntutan terhadap perusahaan yang semakin besar perusahaan diharapkan tidak hanya mementingkan kepentingan manajemen dan pemilik modal (investor dan kreditor) tetapi juga karyawan, konsumen serta masyarakat. Perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial terhadap pihak-pihak di luar manajemen dan pemilik modal. Akan tetapi perusahaan kadangkala melalaikannya dengan alasan bahwa mereka tidak memberikan kontribusi terhadap kelangsungan hidup perusahaan (Anggraini : 2006).

Namun perubahan masyarakat yang semakin memahami hak-hak mereka yang menuntut adanya transparansi, maka kesadaran dan tuntutan pertanggungjawaban dari masyarakat terhadap dampak dari aktivitas perusahaan terhadap lingkungan dan sosial semakin meningkat. 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.

Perubahan dalam masyarakat tersebut, telah mendorong perusahaan untuk menyadari bahwa mereka tidak bisa berorientasi pada keuntungan maksimum saja. Mereka mulai mempertanggungjawabkan segala penggunaan sumber daya yang diambil dari masyarakat kepada lingkungan sosialnya. Wujud dari upaya untuk menunjukkan pertanggungjawabannya adalah perusahaan mulai melakukan kegiatan sosial dan mengkomunikasikan aktivitas sosialnya melalui berbagai media, baik media massa maupun media internal (termasuk laporan tahunan), dalam hal ini perusahaan memberikan penjelasan dan pelaporan kepada masyarakat tentang berbagai aktivitas sosial dan lingkungannya.

Perusahaan harus menyadari pentingnya mengantisipasi opini masyarakat menyangkut masalah-masalah sosial demi perusahaan itu sendiri. Reputasi sebagai pemberi kerja yang penuh kepedulian dengan perhatian yang sungguh-sungguh terhadap tanggung jawab sosial, langsung berakibat pada timbulnya deviden-deviden ekonomi di masa depan seperti tingkat konflik industri yang rendah dan hubungan yang baik dengan pemerintah lokal.

Preffer dan Salancik (1978) dalam Suta (2006) mengatakan bahwa keterlibatan sosial dan politik di lingkungan sekitar perusahaan secara langsung akan mempengaruhi kelangsungan operasi perusahaan. Pendapat serupa juga diungkapkan oleh Solomon dan Hansen (1985) yang menyatakan bahwa biaya untuk menjalankan *corporate social responsibility* (CSR) sebenarnya sangat minim. Hasil yang didapat pun akan meningkatkan reputasi perusahaan melalui keuntungan yang diperoleh akibat meningkatnya produktivitas dan moral karyawan.

Melakukan aktivitas sosial dan mengungkapkannya secara memadai adalah bentuk eksistensi perusahaan untuk memberikan informasi kepada masyarakat sehingga hak masyarakat untuk hidup aman dan tentram, kesejahteraan karyawan, dan keamanan mengonsumsi makanan dapat terpenuhi. Sehingga, dapat dikatakan bahwa dengan melakukan aktivitas sosial dan pengungkapannya dapat mempengaruhi kelangsungan operasi perusahaan tersebut, dengan salah satu indikatornya tercermin dalam profitabilitas.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dan merupakan cerminan kelangsungan operasi perusahaan. Kinerja laba (profitabilitas) yang baik memberikan sinyal dan citra positif kepada pemegang saham, investor, kreditor, dan *stakeholders* lainnya bahwa kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan bagus. Bentuk paling mudah dari analisis profitabilitas adalah dengan menggunakan *Return on Assets* (ROA). Selain itu *Earning per Share* (EPS) seringkali dilaporkan dalam penerbitan laporan keuangan dan telah digunakan secara luas oleh pemegang saham dan investor potensial dalam mengevaluasi profitabilitas perusahaan (Fees:2005).

Post, Lawrance dan Weber (2002) menyatakan bahwa ada beberapa penelitian yang menemukan perusahaan yang memiliki "*good social performance*" cenderung memiliki profitabilitas yang baik. Ini bisa dikarenakan jika terjadi ketidakselarasan antara sistem nilai perusahaan dan sistem nilai masyarakat, maka perusahaan akan kehilangan legitimasinya, yang selanjutnya akan mengancam kelangsungan hidup perusahaan. Maka, dengan melakukan kegiatan sosial dan mengungkapkannya, perusahaan diharapkan akan memperoleh



legitimasi sosial yang semakin memberi kekuatan pada perusahaan tersebut. Tanggung jawab sosial perusahaan terhadap karyawannya juga dapat memberi hasil positif lainnya, yaitu semakin meningkatnya kinerja karyawan.

Penelitian mengenai tanggung jawab sosial dan pengungkapannya telah banyak dilakukan. Tresnawati (2008) yang melakukan penelitian tentang pengaruh sebelum dan sesudah penerapan *corporate social responsibility* terhadap profitabilitas yang diukur dengan menggunakan uji beda dan *Return on Assets* (ROA) sebagai proksi profitabilitasnya berhasil membuktikan adanya pengaruh yang signifikan antara kegiatan *corporate social responsibility* dengan profitabilitas dengan melakukan studi kasus terhadap perusahaan TELKOM. Zubaidah (2003) meneliti tentang pengaruh biaya sosial terhadap kinerja keuangan yang diukur dengan *Return on Investment* (ROI) dengan sampel perusahaan semen yang terdaftar di BEI. Sembiring (2005) berhasil membuktikan bahwa ukuran perusahaan, profil perusahaan dan ukuran dewan komisaris ternyata berpengaruh positif terhadap pengungkapan sosial. Penelitian Zuhroh dan Sukmawati (2003) mengenai pengaruh pengungkapan sosial terhadap reaksi investor yang diproksi dengan *unexpected trading* menunjukkan bahwa pengungkapan sosial pada industri *high profile* terbukti direspon secara luas oleh masyarakat dan investor.

Hackston dan Milne (1996) yang melakukan penelitian tentang hubungan antara profitabilitas dan pengungkapan sosial menemukan tidak ada hubungan yang signifikan antara tingkat profitabilitas dengan pengungkapan informasi sosial. Hackston dan Milne juga mengungkapkan bahwa Bowman dan Haire

(1976) menemukan bahwa dengan kepeduliannya terhadap masyarakat (sosial) menghendaki manajemen untuk membuat perusahaan menjadi *profitable*. Vence (1975) dalam Anggraini (2006) mempunyai pandangan yang berkebalikan, bahwa pengungkapan sosial perusahaan justru memberikan kerugian kompetitif (*competitive disadvantage*) karena perusahaan harus mengeluarkan tambahan biaya untuk mengungkapkan informasi sosial tersebut.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian Tresnawati (2008), dimana dalam penelitian ini, Penulis menggunakan metode kuantitatif dalam mengukur variabel-variabelnya dan dianalisis dengan menggunakan uji regresi. Selain itu, Penulis menggunakan sampel yang lebih bervariasi yaitu perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI.

Berdasarkan uraian diatas, maka Penulis melakukan pengujian terhadap pengaruh tanggung jawab sosial yang diungkapkan dalam laporan tahunan terhadap profitabilitas yang diukur dengan rasio *Return on Assets* (ROA) dan *Earning per Share* (EPS) , dan judul dari penelitian ini adalah : **“Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Yang Diungkapkan Pada Laporan Tahunan Terhadap Profitabilitas (Studi Pada Perusahaan *High Profile* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2006-2007) ”**

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah apakah pelaksanaan tanggung jawab sosial yang

diungkapkan pada laporan tahunan perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas?

### 1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian lebih fokus dan terarah, maka dilakukan pembatasan masalah.

Adapun batasan masalah pada penelitian ini adalah :

- a. Tanggung jawab sosial perusahaan diproksi dengan menggunakan pengungkapan sosial perusahaan yang didapat dari laporan tahunan dan catatan atas laporan keuangan.
- a. Pengaruh tanggung jawab sosial terhadap profitabilitas yang diamati Penulis adalah dalam kurun waktu 2006-2007.
- b. Untuk mengukur profitabilitas digunakan *Return on Assets* (ROA) dan *Earning per Share* (EPS).

### 1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk memperoleh bukti empiris tentang pengaruh pelaksanaan tanggung jawab sosial yang ditunjukkan dengan pengungkapan sosial perusahaan tersebut terhadap profitabilitas.

### 1.5 Manfaat Penelitian

#### a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan mengenai tanggung jawab sosial yang diungkapkan pada laporan tahunan perusahaan di

Indonesia dan pengaruhnya terhadap profitabilitas, juga untuk menguatkan atau memperbaiki teori yang sudah ada mengenai faktor-faktor yang dapat dipengaruhi oleh pengungkapan sosial pada perusahaan. Selain itu hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dalam melakukan penelitian yang akan datang.

#### **b. Manfaat Praktis**

Bagi perusahaan dan pengguna laporan keuangan, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai sumbangan pemikiran tentang pentingnya *corporate social responsibility* dan pengungkapannya, dan sebagai motivator bagi perusahaan-perusahaan tersebut untuk melakukan aktivitas sosial yang lebih luas sebagai bentuk tanggung jawab kepada publik dan juga sebagai usaha untuk menjaga eksistensinya di masyarakat.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan permasalahan yang melatarbelakangi penelitian ini, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

#### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini akan menguraikan teori-teori yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial, pengungkapan pertanggungjawaban sosial dan tinjauan umum dalam penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini sebagai dasar teoritis peneliti dalam penelitian.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

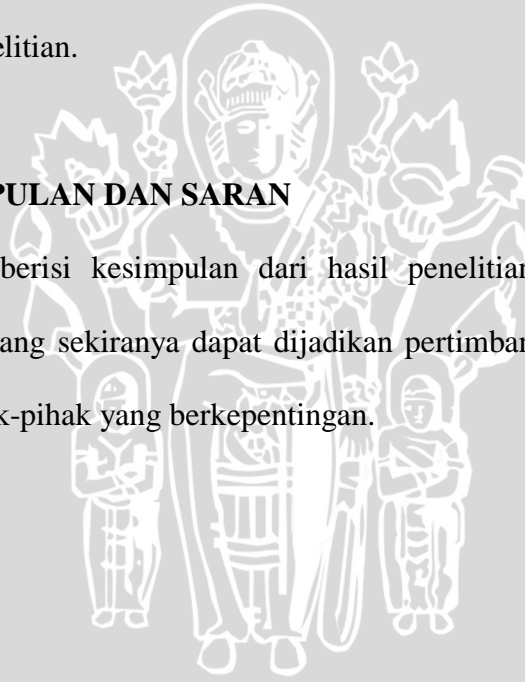
Bab ini menjelaskan tentang prosedur penelitian yang dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh jawaban atas permasalahan, meliputi jenis penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, definisi operasional variabel serta metode analisa data.

**BAB IV : ANALISA DATA**

Bab ini berisi tentang pelaksanaan penelitian, gambaran umum sampel penelitian, analisa data penelitian, pembahasan dan penyajian hasil penelitian.

**BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran peneliti yang sekiranya dapat dijadikan pertimbangan dan masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu topik yang berkaitan erat dengan etika bisnis. Yang dimaksud dengan tanggung jawab sosial disini, merupakan tanggung jawab moral perusahaan baik terhadap karyawan di perusahaan itu sendiri (internal) maupun diluar lingkungan perusahaan, yaitu konsumen, masyarakat disekitar perusahaan, dan lingkungan (eksternal).

##### 2.1.1 Definisi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Tanggung jawab sosial masih diartikan berbeda-beda oleh banyak pihak. Namun kebanyakan pengamat menyetujui bahwa tanggung jawab sosial perusahaan berkenaan dengan peran perusahaan di masyarakat luas, terutama dampak operasi manajemennya. Dengan demikian tanggung jawab sosial perusahaan dapat dinyatakan sebagai upaya manajemen yang dijalankan entitas bisnis untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan berdasarkan keseimbangan ekonomi, sosial dan lingkungan, dengan meminimumkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif di tiap pilar.

Ada beberapa pendapat yang mengemukakan pengertian dari tanggung jawab sosial perusahaan diantaranya adalah :

Post, Lawrence dan Weber (2002) mendefinisikan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai berikut :

*”Corporate Social Responsibility means that corporation should be held accountable for any of its actions that affect people, their communities,*

*and their environment. It implies that harm to people and society should be acknowledged and corrected if it all possible”*

Sedangkan Suta (2005) mendefinisikan tanggung jawab sosial sebagai kepedulian suatu perusahaan terhadap lingkungan, terutama cara-cara perusahaan tersebut dalam menangani individu-individu yang ada di sekitarnya. Gustiarin (2008) menyatakan, pada intinya, tanggung jawab sosial perusahaan merupakan kewajiban setiap organisasi bisnis atau perusahaan yang berdasarkan nilai etika untuk ikut serta dalam kegiatan yang bertujuan melindungi serta meningkatkan kesejahteraan secara keseluruhan, disamping kegiatan-kegiatan bisnis yang bertujuan untuk keperluan perusahaan dengan tetap memenuhi hukum dan prinsip-prinsip ekonomi.

### **2.1.2 Latar Belakang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Harahap (1993) menyatakan penyebab timbulnya tanggung jawab sosial perusahaan adalah adanya kecenderungan beralihnya perhatian pada kesejahteraan individu ke arah kesejahteraan sosial. Kecenderungan yang bergerak dari kegiatan mencari keuntungan yang sebesar-besarnya tanpa melihat efek samping ke arah mencari laba yang berwawasan lingkungan. Kecenderungan itu semua dapat dilihat dari beberapa paradigma berikut ini :

#### **1. Kecenderungan terhadap kesejahteraan sosial.**

Negara tidak bisa hidup sendiri tanpa partisipasi rakyatnya, perusahaan juga tidak akan maju tanpa dukungan langganannya maupun lingkungan sosialnya.

Kenyataan ini semakin disadari dan semakin dibutuhkan pertanggungjawabannya.

## 2. Kecenderungan terhadap kesadaran lingkungan

Masyarakat semakin menyadari bahwa paradigma yang menganggap manusia adalah makhluk diantara bermacam-macam makhluk yang mendiami bumi yang saling mempunyai keterkaitan dan sebab akibat. Ini membuat masyarakat memberikan perhatian yang lebih besar kepada lingkungan mereka.

## 3. Perspektif ekosistem

Orientasi yang terdahulu diarahkan pada pembangunan ekonomi efisien dan *profit maximation*, ternyata menimbulkan krisis ekosistem.

## 4. Ekonomi Vs Sosialisasi

Ekonomisasi hanya mengarahkan kepuasan individual sebagai suatu unit yang selalu mempertimbangkan *cost* dan *benefit* tanpa memperhatikan kepentingan masyarakat. Sebaliknya sosialisasi perhatiannya terhadap kepentingan sosial dan selalu mempertimbangkan efek sosial yang ditimbulkan oleh kegiatannya. Walaupun sosialisasi ini belum tampak nyata, namun pengaruh pemerintah dan tekanan sosial cenderung menguntungkan kepedulian sosial. Akhirnya perlu alat ukur seberapa jauh pengaruh perusahaan terhadap masyarakat.

### 2.1.3 Pro Kontra Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Tanggung jawab sosial membuat perusahaan harus menyeimbangkan keuntungan yang akan didapat dengan biaya yang harus dikeluarkan untuk meraih keuntungan tersebut. Untuk menentukan apakah perusahaan perlu mempunyai tanggung jawab sosial atau tidak masih terus menjadi perdebatan ilmiah. Masing-masing mengemukakan pendapat dan dukungan dan mengklaim agar perusahaan



memiliki etika dan tanggung jawab sosial. Beberapa pendapat yang mendukung tanggung jawab sosial menurut Post, Lawrence dan Weber (2002) adalah :

1. *Balances corporate power with responsibility*

Banyak pihak meyakini bahwa semakin besar kekuatan yang dimiliki suatu perusahaan maka semakin besar pula tanggung jawab yang dimiliki perusahaan tersebut. Tanggung jawab sosial merupakan salah satu contoh yang harus dilakukan perusahaan untuk membuktikan kekuatannya.

2. *Discourage Government Regulation*

Tanggung jawab sosial diharapkan dapat menghindari perusahaan dari campur tangan pemerintah dalam melindungi masyarakat karena campur tangan pemerintah cenderung membatasi peran perusahaan.

3. *Promotes Profits for Business*

Tindakan sosial yang dilakukan perusahaan sedikit banyak menimbulkan keuntungan, berupa citra perusahaan yang meningkat dan membuat perusahaan menjadi *profitable*.

4. *Responds to changing Stakeholders' Demands*

Tanggung jawab sosial merupakan respon akan keinginan *stakeholders* untuk mendapatkan lingkungan yang bersih, produk yang aman, keadilan dalam lingkungan kerja dan isu-isu sosial lainnya.

5. *Correct Social Problems Caused by Business*

Beberapa tindakan sosial yang dilakukan perusahaan dapat memperbaiki masalah-masalah sosial yang diakibatkan perusahaan itu sendiri. Misalnya, saat operasi perusahaan menghasilkan polusi udara, usaha yang dilakukan

perusahaan dalam menjaga lingkungan sekitarnya tentu akan mengurangi efek buruk pada masyarakat.

Sedangkan, alasan untuk menentang tanggung jawab sosial adalah :

1. *Lowers economic efficiency*

Bila perusahaan menggunakan sumber daya untuk tujuan sosial, hal itu akan menimbulkan resiko menurunnya efisiensi perusahaan. Misalnya, apabila perusahaan memutuskan untuk tetap menjalankan pabrik yang sudah tidak produktif karena ingin mencegah masalah sosial yang mungkin timbul pada para karyawan dan masyarakat sekitar, maka akan mengakibatkan *financial performance* perusahaan tersebut semakin terpuruk.

2. *Imposes Unequal Costs among Competitors*

Tindakan sosial yang dilakukan perusahaan dapat menimbulkan beban yang lebih tinggi. Misalnya, apabila perusahaan memutuskan untuk menjaga keselamatan tenaga kerjanya dengan memasang peralatan keselamatan, tentu akan menimbulkan beban yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan yang tidak menjalankan prosedur tersebut.

3. *Imposes Hidden Costs Passed on Stakeholders.*

Sebagian masyarakat percaya bahwa keuntungan sosial yang mereka dapat adalah *costless*, namun yang sesungguhnya terjadi perusahaan akan berusaha menutupi biaya yang mungkin timbul dari tindakan sosial yang dilakukannya.

Contohnya, apabila perusahaan memilih untuk memasang peralatan untuk mengurangi polusi yang dihasilkan perusahaan, udara mungkin akan menjadi lebih bersih, namun banyak pihak yang akan menanggung akibat ini. Para

pemegang saham mungkin akan menerima deviden yang lebih rendah, para karyawan akan dibayar dengan upah yang lebih rendah, dan masyarakat harus membeli produk perusahaan dengan harga yang lebih tinggi.

#### 4. *Requires Skills Business may Lack*

Para pembuat keputusan dalam perusahaan biasanya merupakan orang-orang yang berorientasi pada bisnis, mereka menguasai produksi, pemasaran, akuntansi, keuangan dan isu bisnis lainnya, namun mereka kurang memahami pendekatan yang harus dilakukan dalam memecahkan masalah sosial yang timbul.

#### 5. *Places Responsibility on Business Rather than Individuals*

Tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan mungkin merupakan keputusan beberapa pihak dalam perusahaan, misalnya para manajer yang menganggap tindakan ini akan menimbulkan citra baik dimata masyarakat. Namun, ada kemungkinan beberapa pihak lain dalam perusahaan yang tidak setuju untuk melakukan tanggung jawab sosial. Intinya, keputusan untuk melakukan tanggung jawab sosial biasanya merupakan keputusan individual bukan keputusan seluruh organisasi perusahaan.

### 2.1.4 Tujuan Tanggung Jawab Sosial

Penerapan tanggung jawab sosial dalam perusahaan-perusahaan diharapkan selain memiliki komitmen finansial kepada pemilik atau pemegang saham (*shareholders*), tapi juga memiliki komitmen sosial terhadap para pihak lain yang berkepentingan, karena tanggung jawab sosial merupakan salah satu bagian dari strategi bisnis perusahaan dalam jangka panjang.

Menurut Rosmasita (2007), tujuan dari tanggung jawab sosial adalah:

1. Untuk meningkatkan citra perusahaan dan mempertahankan, biasanya secara implisit, asumsi bahwa perilaku perusahaan secara fundamental adalah baik.
2. Untuk membebaskan akuntabilitas organisasi atas dasar asumsi adanya kontrak sosial di antara organisasi dan masyarakat. Keberadaan kontrak sosial ini menuntut dibebaskannya akuntabilitas sosial.
3. Sebagai perpanjangan dari pelaporan keuangan tradisional dan tujuannya adalah untuk memberikan informasi kepada investor. Untuk itulah maka pertanggungjawaban sosial perusahaan (CSR) perlu diungkapkan dalam perusahaan sebagai wujud pelaporan tanggung jawab sosial kepada masyarakat.

### **2.1.5 Keterlibatan Perusahaan dalam Kegiatan Sosial**

Ada tiga pandangan atau model yang menggambarkan tentang keterlibatan perusahaan dalam kegiatan sosial (Harahap : 1993), yaitu :

#### **1. Model Klasik**

Yang menyatakan bahwa tujuan perusahaan hanya untuk mencari untung yang sebesar-besarnya. Usaha yang dilakukan perusahaan semata-mata hanya untuk memenuhi permintaan pasar dan mencari untung yang akan dipersembahkan kepada pemilik modal.

#### **2. Model Manajemen**

Menurut pendapat ini, manajer sebagai *team* yang bertanggung jawab atas kelangsungan hidup perusahaan terpaksa memilih kebijakan yang harus mempertimbangkan tanggung jawab sosial perusahaan mengingat

ketergantungannya dengan pihak lain yang juga punya andil dalam pencapaian tujuan perusahaan.

### 3. Model Lingkungan Sosial

Model ini menekankan bahwa perusahaan harus berperan aktif dalam masalah sosial yang timbul disekitar lingkungannya. Model ini memperluas tujuan perusahaan yaitu mencakup kesejahteraan sosial secara umum.

## 2.2 Pengungkapan

### 2.2.1 Definisi Pengungkapan

Salah satu tujuan pelaporan keuangan adalah untuk memberikan informasi guna pengambilan keputusan. Hal ini memerlukan suatu pengungkapan yang layak mengenai data keuangan dan informasi relevan lainnya. Pengungkapan (*disclosure*) didefinisikan sebagai penyediaan sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal efisien (Hendriksen, 1987). Evans (2003) mendefinisikan pengungkapan sebagai :

*Disclosure means supplying information in the financial statement, including the statements themselves, the notes to the statements, and the supplementary disclosures associated with the statements.*

Sedangkan Chang, Most, dan Bram (1983) dalam Mardiyah (2002) berpendapat bahwa pengungkapan dalam laporan tahunan merupakan sumber informasi untuk pengambilan keputusan investasi.

### 2.2.2 Tujuan Pengungkapan

Tujuan pengungkapan menurut Securities Exchange Commission (SEC) dalam Evans (2003) dikategorikan menjadi tiga, yaitu:

1. *Protective disclosure* yang dimaksudkan sebagai upaya perlindungan terhadap investor.
2. *Informative disclosure*, yang bertujuan memberikan informasi yang dapat digunakan investor untuk tujuan analisis investasi.
3. *Differential disclosure*, bertujuan untuk menyediakan informasi bagi kebutuhan pengguna laporan yang berbeda-beda.

Berbeda dengan SEC, Belkaoui (2000) mengemukakan tujuan pengungkapan ada enam, yaitu :

1. Untuk menjelaskan item-item yang diakui dan untuk menyediakan ukuran yang relevan bagi item-item tersebut, selain ukuran dalam laporan keuangan.
2. Untuk menjelaskan item-item yang belum diakui dan untuk menyediakan ukuran yang bermanfaat bagi item-item tersebut.
3. Untuk menyediakan informasi untuk membantu investor dan kreditor dalam menentukan resiko dan item-item yang potensial untuk diakui dan yang belum diakui.
4. Untuk menyediakan informasi yang penting yang dapat digunakan oleh pengguna laporan keuangan untuk membandingkan antar perusahaan dan antar tahun.
5. Untuk menyediakan informasi mengenai aliran kas masuk dan kas keluar di masa mendatang.
6. Untuk membantu investor dalam menetapkan *return* dan investasinya.

### 2.2.3 Sifat dan Kualitas Pengungkapan

Untuk memenuhi kebutuhan pengguna, informasi yang disajikan dalam laporan keuangan harus memiliki karakteristik tertentu. Adapun pedoman umum tentang kuantitas informasi yang dapat berguna pemakainya, dalam PSAK 2002 harus memenuhi empat kriteria kualitatif, yaitu :

#### 1. Dapat dipahami

Kualitas penting informasi yang terdapat dalam laporan keuangan adalah kemudahannya untuk segera dapat dipahami oleh pemakai. Maksudnya adalah pemakai diasumsikan memiliki pengetahuan yang memadai tentang aktivitas ekonomi, bisnis, akuntansi, serta kemauan untuk mempelajari informasi dengan tekun dan wajar.

#### 2. *Relevance*

Informasi dikatakan *relevance* apabila informasi tersebut dapat mempengaruhi keputusan ekonomi pemakai.

#### 3. Keandalan

Informasi memiliki kualitas handal jika bebas dari pengertian yang menyesatkan, kesalahan material, dan dapat diandalkan oleh pemakainya.

Sebagai penyajian yang tulus dan jujur dari yang seharusnya disajikan atau yang secara wajar diharapkan disajikan :

##### a. Penyajian Jujur

Agar dapat diandalkan, informasi harus menggambarkan dengan jujur transaksi serta peristiwa lain.

b. Subtansi Mengungguli Bentuk

Jika informasi yang dimaksudkan untuk menyajikan dengan jujur transaksi serta peristiwa lain yang seharusnya disajikan sesuai dengan realitas ekonomi dan bukan hanya bentuk hukumnya.

c. Netralitas

Informasi harus disajikan dan diarahkan pada kebutuhan umum pemakai dan tidak tergantung pada kebutuhan umum pemakai dan keinginan pihak tertentu.

d. Pertimbangan sehat

Pertimbangan sehat mengandung unsur kehati-hatian saat melakukan perkiraan dalam kondisi ketidakpastian, sehingga aktiva atau penghasilan tidak dinyatakan terlalu tinggi dan kewajiban atau beban tidak dinyatakan terlalu rendah.

e. Kelengkapan

Agar dapat diandalkan, informasi dalam laporan keuangan harus lengkap dalam batasan materialitas dan biaya.

4. Dapat diperbandingkan

Pemakai harus dapat memperbandingkan laporan keuangan perusahaan antar periode untuk mengidentifikasi kecenderungan (*trend*) posisi keuangan, kinerja, serta perubahan posisi keuangan secara relatif.

Sedangkan menurut *Trueblood Committee* dalam (Belkaoui :2000), ada tujuh karakteristik sifat dan kualitas dari pelaporan, yaitu :

1. Relevansi dan materialitas (*Relevance and Materiality*)



2. Bentuk dan Subtansi ( *Form and Substance*)
3. Keandalan ( *Reliability*)
4. Kebebasan dari bias ( *Freedom from Bias*)
5. Komparabilitas ( *Comparability*)
6. Konsistensi ( *Consistency*)
7. Dapat dimengerti ( *Understandability*)

#### 2.2.4 Tipe Pengungkapan

Suripto (1999) dalam Nahar (2007) menyatakan pengungkapan ada yang bersifat wajib (*mandatory*) ada yang bersifat sukarela (*voluntary*). Pengungkapan yang bersifat wajib adalah pengungkapan informasi yang wajib dilakukan oleh perusahaan yang didasarkan pada peraturan atau standar tertentu yang berlaku. Sedangkan pengungkapan sukarela merupakan pengungkapan informasi melebihi persyaratan minimum dari peraturan yang berlaku. Yaitu merupakan pilihan bebas manajemen perusahaan untuk memberikan informasi akuntansi dan informasi lainnya yang dianggap relevan sebagai dasar untuk membuat keputusan.

#### 2.2.5 Konsep dan Metode Pengungkapan

Hendriksen (1987) menyatakan bahwa ada tiga konsep umum tentang pengungkapan yang umumnya diusulkan, yaitu :

1. Pengungkapan yang cukup (*adequate*), merupakan pengungkapan yang minimal cukup untuk membuat laporan yang tidak menyesatkan.
2. Pengungkapan yang wajar (*fair*), secara tidak langsung merupakan tujuan etis agar memberikan perlakuan yang sama bagi semua pembaca potensial.

3. Pengungkapan yang lengkap (*full*), merupakan penyajian semua informasi yang relevan. Bagi beberapa pihak, pengungkapan yang lengkap ini diartikan sebagai penyajian informasi yang berlebihan sehingga tidak bisa dikatakan layak.

Hendriksen (1987) juga menyatakan metode yang umum digunakan dalam pengungkapan dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

1. Bentuk dan susunan laporan formal

Informasi yang paling relevan dan signifikan harus selalu tampak dalam batang tubuh utama dari salah satu laporan keuangan atau lebih. Bentuk dan susunan formal mencakup tiga laporan utama, yaitu : *position statement*, *income statement*, dan *cash flow statements*.

2. Terminologi dan penyajian terperinci

Dalam laporan keuangan harus digunakan istilah-istilah yang jelas dan umum digunakan oleh analisis keuangan, serta informasinya harus terinci.

3. Informasi selipan (*parenthetical information*)

Informasi yang sangat penting seharusnya disajikan langsung dalam ikhtisar keuangan yang bersangkutan, bukan dalam catatan kaki (*footnotes*) ataupun dalam bentuk-bentuk daftar tambahan (*supplementary schedules*). Apabila judul atau nama pos-pos neraca dan ikhtisar laba rugi terlalu panjang untuk disajikan, maka dapat disajikan sebagai catatan dalam tanda kurung (*parenthetical notes*).

#### 4. Catatan kaki (*footnotes*)

Merupakan sarana menyajikan *disclosure* yang tidak dapat ditempatkan dalam ikhtisar laporan keuangan yang bersangkutan dan tidak boleh bertentangan atau bersifat mengulang terhadap informasi yang disajikan dalam ikhtisar keuangan.

#### 5. Ikhtisar dan skedul pelengkap

Ikhtisar merupakan informasi tambahan atau informasi yang disajikan dalam bentuk yang agak berbeda dari ikhtisar keuangan dasar. Skedul pelengkap biasanya merupakan perincian dari pos-pos tertentu dalam ikhtisar keuangan dasar.

#### 6. Komentar/catatan dalam laporan auditor

Pengungkapan yang bermanfaat dapat pula dilakukan oleh pihak lain di luar manajemen perusahaan yaitu auditor independen. Pengungkapan oleh auditor pada umumnya berkaitan dengan hal-hal berikut :

- a. Perubahan akuntansi dan konsistensi
- b. Keraguan tentang kelangsungan perusahaan
- c. Persetujuan atas penyimpangan dari PABU
- d. Penekanan suatu hal statemen atau kejadian
- e. Pengaitan nama auditor dengan statemen keuangan tak diaudit
- f. Statemen keuangan komparatif yang salah satu diaudit auditor lain
- g. Pembatasan lingkup audit dan independensi auditor

## 7. Surat direktur utama (*the president's letter*)

Untuk jenis informasi tertentu dapat disajikan secara langsung oleh manajemen dalam bentuk surat dari direktur utama. Informasi tambahan ini mencakup :

- a. Kejadian-kejadian non keuangan dan perubahan-perubahan selama setahun tersebut yang mempengaruhi operasi perusahaan.
- b. Harapan dan perkiraan di masa mendatang dari industri bersangkutan dan ekonomi serta peran perusahaan dalam harapan ini.
- c. Rencana pertumbuhan dan perubahan dalam operasi pada periode-periode berikutnya.
- d. Jumlah dan pengaruh yang diharapkan dengan adanya pengeluaran untuk barang-barang modal pada saat ini dan yang diantisipasi akan dilakukan serta usaha-usaha penelitian.

### 2.2.6 Hambatan dalam Pengungkapan

Evans (2003) menyatakan, bahwa meskipun pengungkapan merupakan tahap akhir dari akuntansi, ada beberapa hambatan dalam melakukan pengungkapan. Yang pertama, adalah karena untuk melakukan pengungkapan dibutuhkan biaya dan yang kedua, karena beberapa pihak berpendapat bahwa dengan melakukan pengungkapan, akan memberikan keuntungan untuk perusahaan kompetitor. Beberapa pihak lain juga berpendapat bahwa mengungkapkan terlalu banyak informasi akan menciptakan kebingungan untuk pengguna laporan keuangan karena terlalu banyaknya informasi yang diterima (*overload information*).

## 2.3 Pengungkapan Sosial Perusahaan

Akuntansi sebagai alat pertanggungjawaban berfungsi untuk mengendalikan aktivitas suatu unit usaha. Tanggung jawab yang dimaksud bukan hanya terbatas pada pengelolaan dana dalam perusahaan kepada investor dan kreditor saja, tapi juga tanggung jawab terhadap dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya. Karena alasan inilah muncul istilah pengungkapan sosial.

### 2.3.1 Definisi Pengungkapan Sosial

Pada dasarnya, pengungkapan sosial merupakan suatu penyampaian informasi kepada pihak-pihak yang berkepentingan mengenai segala aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan sosialnya. Namun, terdapat beberapa pengertian dalam mendefinisikan pengungkapan sosial. Menurut Guthrie dan Matthews (1985) dalam Hackston dan Milne (1996) mendefinisikan pengungkapan sosial sebagai berikut :

*“Social reporting can be defined as the process of communicating the social and enviromental effects of organizations economic actions to particular interest group within society and to the society at large.”*

Sedangkan menurut Sembiring (2005) pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai *social disclosure, corporate social reporting, social accounting* atau *corporate social responsibility* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan.

### 2.3.3. Teori yang Melatarbelakangi Pengungkapan Sosial

Gray et. al., (1995) merangkum berbagai teori yang dipergunakan oleh peneliti untuk menjelaskan kecenderungan pengungkapan sosial dalam tiga kelompok utama, yaitu :

#### 1. *Decision Usefulness Studies*

Sebagian dari studi yang dilakukan oleh para peneliti yang mengemukakan teori ini menemukan bukti bahwa informasi sosial dibutuhkan oleh para pengguna. Para analis, banker, dan pihak lain yang terlibat diminta untuk memberi peringkat terhadap informasi akuntansi. Informasi akuntansi tersebut tidak terbatas pada informasi akuntansi tradisional, namun juga informasi lain yang relatif baru dalam wacana akuntansi. Mereka menempatkan informasi aktivitas sosial perusahaan pada posisi *moderately important*.

#### 2. *Economic Theory Studies*

Studi tentang teori ekonomi dalam *corporate responsibility reporting* ini mendasarkan diri pada *economic agency theory*. Teori ini menganalogikan manajemen sebagai agen dari suatu prinsipal dari perusahaan bersangkutan. Dalam hal ini, pengertian prinsipal tersebut meluas menjadi seluruh *interest group* perusahaan yang bersangkutan. Sebagai agen, maka manajemen akan berusaha untuk mengoperasikan perusahaan sesuai dengan keinginan publik (*stakeholder*).

### 3. *Social and Political Theory Studies*

Studi di bidang ini mencakup dua teori utama, yaitu :

#### a. *Stakeholder Theory*

Teori ini mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para *stakeholders*. Perusahaan berusaha untuk mencari pembenaran dari para *stakeholders* dalam menjalankan operasi perusahaan. Semakin kuat posisi *stakeholder* maka semakin kuat pula kecenderungan perusahaan untuk mengadaptasi dirinya sesuai dengan keinginan para *stakeholders* nya. Dalam hal ini, pengungkapan informasi sosial dan lingkungan dianggap sebagai wujud dialog antara manajemen dengan *stakeholder* nya.

#### b. *Legitimacy Theory*

Menurut Lincoln dalam Gray (1995:54), teori legitimasi merupakan suatu kondisi atau status yang terjadi manakala sistem nilai suatu entitas sesuai dengan sistem nilai dari sistem sosial yang lebih besar yang merupakan tempat atau bagian dari entitas tersebut. Sehingga, apabila terjadi perbedaan dari kedua sistem nilai tersebut akan dapat mengancam legitimasi entitas itu sendiri. Usaha perusahaan untuk beradaptasi dengan sistem nilai masyarakat dapat diwujudkan dengan *social* dan *environmental disclosure*. Ini dilaksanakan agar aktivitas dan keberadaan perusahaan terlegitimasi dimata masyarakat.

### 2.3.3. Alasan dan Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Terwujudnya Pengungkapan Sosial

Husniati (2006) menyatakan ada beberapa alasan yang mendasari kebutuhan akan pengungkapan sosial, alasan-alasan tersebut adalah :

1. Pengakuan keberadaan perusahaan oleh masyarakat, dimana pengakuan tersebut berupa kepercayaan masyarakat, misalnya untuk membeli produk perusahaan atau untuk menanamkan modal dalam operasi perusahaan sebagai imbalannya, perusahaan memiliki tanggung jawab untuk melaporkan apa saja yang diperbuatnya atas kepercayaan tersebut.
2. Pemahaman adanya kontrak antar perusahaan dan negara.
3. Terkait dengan hirarki kebutuhan Maslow, bahwa kebutuhan mempunyai fungsi dari pencapaian tingkat ekonomi. Organisasi menyerupai individu dalam perkembangan dan pertumbuhannya sehingga ketika kebutuhan dasar telah terpenuhi, organisasi mencoba memenuhi kebutuhan sosial dan pengakuan diri yang lebih tinggi.
4. Perusahaan seharusnya mengakui pentingnya mengantisipasi opini publik atau masalah sosial.

Husniati (2006) juga menjelaskan beberapa faktor yang mempengaruhi terwujudnya pengungkapan sosial, yaitu :

1. Peraturan pemerintah.
2. Penerapan standar pelaporan dan pengungkapan khususnya dibidang informasi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan oleh berbagai badan pembuat standar akuntansi.



3. Adanya tekanan dari *interest group*, diantaranya persatuan dagang dan serikat pekerja.
4. Kesadaran perusahaan berdasarkan perspektif ekonomi politik, perusahaan akan bersikap proaktif untuk merumuskan pandangannya mengenai konstituen sosial dan politiknya dengan harapan perusahaan akan memperoleh *image* positif.

#### 2.3.4 Media Pengungkapan Sosial

Sebagian besar perusahaan biasanya menyajikan pengungkapan melakukan pengungkapan sosial dalam bentuk informasi kualitatif atau bersifat deskriptif dalam laporan tahunan. Namun menurut Tilt (1994) ada beberapa media yang bisa digunakan untuk menyajikan pengungkapan sosial, misalnya dalam bentuk *booklets* atau *leaflets*, publikasi melalui iklan atau bisa juga diungkapkan pada label kemasan produk perusahaan.

#### 2.3.5 Tema Pengungkapan Sosial

Eipsten and Freedman (1994) mengidentifikasi hal-hal yang termasuk kategori dalam pelaporan sosial perusahaan, yaitu :

1. Pengaruh operasional perusahaan terhadap lingkungan
2. Hubungan dengan konsumen
3. Keterlibatan dalam masyarakat
4. Konservasi energi
5. Kesehatan dan keselamatan tenaga kerja
6. Keselamatan produk

Tema yang dikembangkan dalam suatu pengungkapan sosial biasanya tergantung pada kondisi negara tempat dikeluarkannya laporan tersebut. Di Jepang, tema pengungkapan sosial dikelompokkan menjadi lima (5): aspek lingkungan, keterlibatan masyarakat, hubungan pekerja, penelitian dan pengembangan serta aktivitas internasional. Di Eropa Barat, tema pengungkapan sosial dalam suatu laporan meliputi aspek tempat kerja (karyawan), pangsa pasar (pelanggan dan pemasok), lingkungan, masyarakat, etika dan Hak Azasi Manusia (Ilmiyati : 2002). Grey et al. (1995) mengatakan bahwa sifat dan volume pelaporan mengenai pertanggungjawaban sosial perusahaan bervariasi antar waktu dan antar negara, hal ini disebabkan isu-isu yang dipandang penting oleh satu negara mungkin akan menjadi kurang penting bagi negara lain.

#### **2.4 Profitabilitas**

Profitabilitas adalah suatu angka yang menunjukkan kemampuan suatu entitas usaha untuk menghasilkan laba. Profitabilitas juga merupakan tolak ukur untuk mengetahui kinerja suatu perusahaan. Didalam dunia usaha, perusahaan diharapkan untuk dapat menciptakan penghasilannya secara optimal. Profitabilitas dapat diterapkan dengan menghitung berbagai tolak ukur yang relevan. Salah satu tolak ukur adalah dengan menggunakan rasio keuangan sebagai salah satu alat dalam menganalisis kondisi keuangan hasil operasi dan tingkat profitabilitas suatu perusahaan. Ada beberapa rasio yang bisa digunakan untuk mengukur profitabilitas, diantaranya adalah *Return on Assets* (ROA) dan *Earning per Share* (EPS).

### 2.4.1 Return on Assets (ROA)

Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen dalam memperoleh keuntungan (laba) secara keseluruhan. Teori menunjukkan bahwa semakin besar ROA suatu perusahaan, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dapat dicapai perusahaan tersebut. *Return on Assets* itu sendiri adalah salah satu bentuk dari rasio profitabilitas yang dimaksudkan untuk mengukur kemampuan perusahaan dengan keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktiva yang digunakan untuk operasinya perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Dengan demikian rasio ini menghubungkan keuntungan yang diperoleh dari operasinya perusahaan (*net operating income*) dengan jumlah investasi atau aktiva yang digunakan untuk menghasilkan keuntungan operasi tersebut (*net operating assets*).

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Aktiva}} \times 100\%$$

### 2.4.2 Earning per Share (EPS)

Penggunaan *Earning per Share* (EPS) sebagai wakil dari tingkat profitabilitas merupakan indikator utama yang digunakan investor dalam melihat daya tarik suatu saham. Data laba per saham seringkali dilaporkan dalam penerbitan laporan keuangan dan telah digunakan secara luas oleh pemegang saham dan investor potensial dalam mengevaluasi profitabilitas perusahaan (Fees. : 2005). Semakin besar EPS diharapkan dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan investor terhadap investasi perusahaan.

$$\text{EPS} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Jumlah Saham yang Beredar}}$$

## 2.5 Penelitian Terdahulu

Berbagai penelitian terdahulu tanggung jawab sosial dan pengungkapannya telah banyak dilakukan. Tresnawati (2008) yang melakukan penelitian tentang pengaruh sebelum dan sesudah penerapan *corporate social responsibility* terhadap profitabilitas yang diukur dengan menggunakan uji beda dan *Return on Assets* (ROA) sebagai proksi profitabilitasnya berhasil membuktikan adanya pengaruh yang signifikan antara kegiatan *corporate social responsibility* dengan profitabilitas dengan melakukan studi kasus terhadap perusahaan TELKOM. Hackston dan Milne (1996) yang meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan di New Zealand menemukan ada hubungan antara karakteristik perusahaan, dimana ukuran dan industri perusahaan memiliki korelasi dengan pengungkapan sosial. Senada dengan Hackston dan Milne, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan profil industri berkorelasi positif dengan pengungkapan informasi sosial (Sembiring, 2003; Sayekti, 2006 dan Angraini, 2006). Utomo (2000) dan Chasanah (2006) melakukan penelitian mengenai perbedaan praktek pengungkapan sosial pada perusahaan *high profile* dan *low profile*. Hasilnya, terdapat perbedaan luas pengungkapan sosial yang dilakukan pada perusahaan yang berbeda karakteristik tersebut. Perusahaan *high-profile* terbukti lebih banyak melakukan pengungkapan sosial. Zuhroh dan Sukmawati (2003) melakukan penelitian terhadap perusahaan yang listing di BEJ pada tahun 2001 mengenai pengaruh pengungkapan sosial

terhadap reaksi investor yang diproksi dengan *unexpected trading* menunjukkan bahwa pengungkapan sosial pada industri *high profile* terbukti direspon secara luas oleh masyarakat dan investor.

## 2.6 Hipotesis Penelitian

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian Tresnawati (2008) dimana pengembangan yang dilakukan Penulis dijelaskan pada tabel 2.1 dibawah ini:

**Tabel 2.1**  
**Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu**

<b>Perbedaan</b>	<b>Penelitian Terdahulu (Tresnawati: 2008)</b>	<b>Pengembangan yang Dilakukan</b>
Judul Penelitian	Pengaruh Sebelum Dan Setelah Penerapan Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan	Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Yang Diungkapkan Pada Laporan Tahunan Terhadap Profitabilitas
Jenis Penelitian	Merupakan studi kasus	Merupakan penelitian kuantitatif
Sampel yang digunakan	Hanya 1 perusahaan, yaitu PT. TELKOM	Perusahaan <i>high profile</i> yang terdaftar di BEI dengan kriteria tertentu
Metode Analisis	Uji beda	Uji regresi
Periode Pengamatan	Sebelum dan Sesudah penerapan <i>corporate social responsibility</i>	2 periode,yaitu periode 2006-2007

Penelitian ilmiah terhadap hubungan tanggung jawab sosial dan pengungkapannya dan profitabilitas perusahaan memperlihatkan hasil yang sangat beragam. Zubaidah (2003) meneliti tentang pengaruh biaya sosial terhadap kinerja keuangan pada perusahaan semen berhasil membuktikan bahwa semakin besar biaya sosial yang dikeluarkan akan semakin meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Gray (1995) menyatakan bahwa pengungkapan sosial tidak mempengaruhi profitabilitas, minimal tidak dalam periode yang sama. Hackston & Milne (1996) mengatakan bahwa dengan kepeduliannya terhadap masyarakat (sosial) menghendaki manajemen untuk membuat perusahaan menjadi *profitable*. Bowman (1978), Fry and Hock (1976), dan Jaggi dan Freedman (1982) dalam Eipstein dan Freedman (1994) mengatakan ada hubungan yang positif antara pengungkapan sosial dengan profitabilitas. Vence (1975) dalam Anggraini (2006) mempunyai pandangan yang berkebalikan, bahwa pengungkapan sosial perusahaan justru memberikan kerugian kompetitif (*competitive disadvantage*) karena perusahaan harus mengeluarkan tambahan biaya untuk mengungkapkan informasi sosial tersebut. Sedangkan penelitian Tresnawati (2008) tentang pengaruh *corporate social responsibility* terhadap profitabilitas berhasil membuktikan bahwa program kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas perusahaan

Beragamnya hasil penelitian mengenai tanggung jawab sosial membuktikan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan masih cukup signifikan untuk dicermati lebih jauh.

### 2.6.1 Hubungan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dengan Profitabilitas

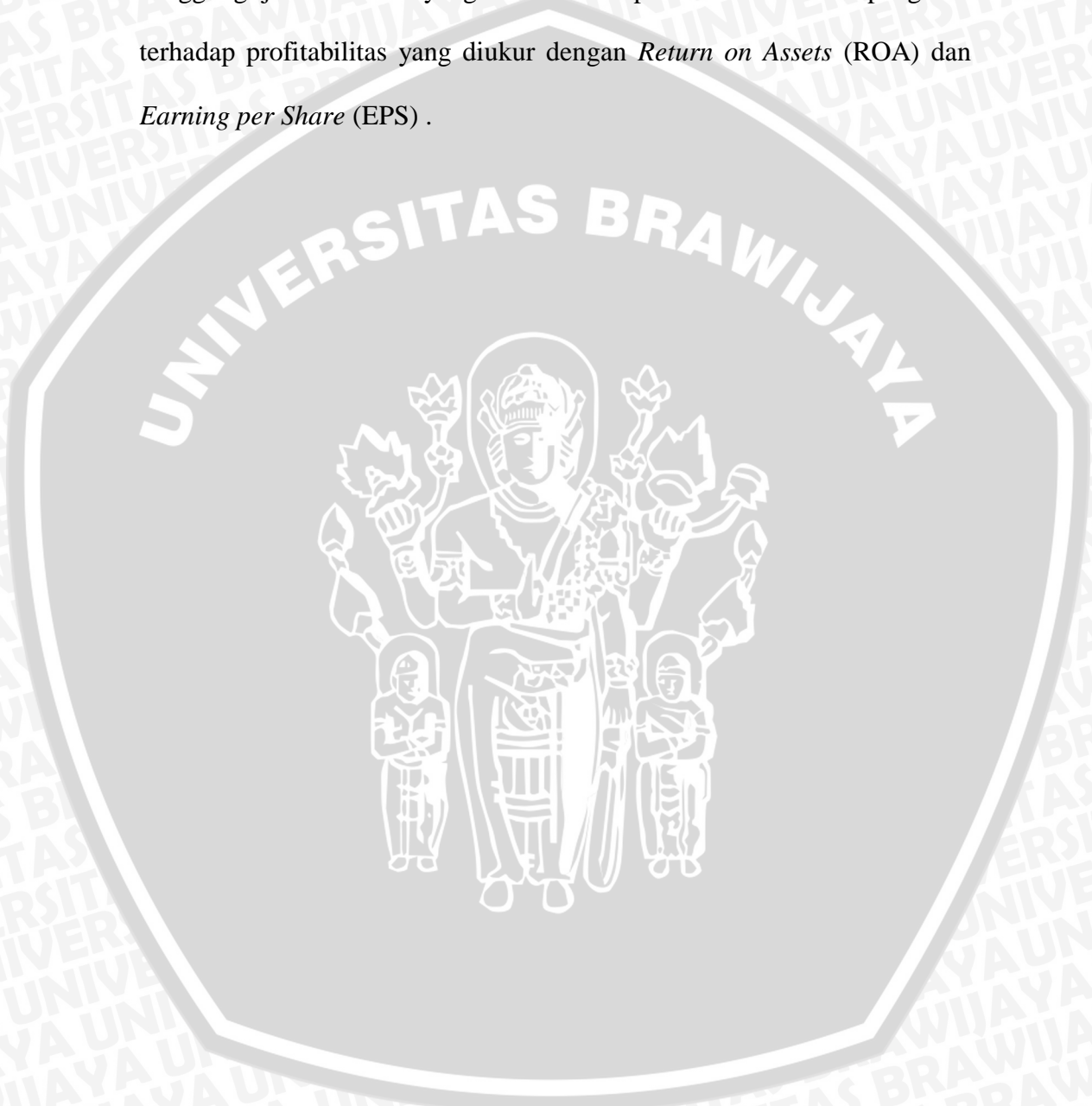
Perusahaan dalam menjalankan kegiatannya selalu berkaitan erat dengan masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Sehingga apapun yang terjadi dalam masyarakat akan mempengaruhi keadaan perusahaan tersebut. Jika keadaan masyarakat dimana suatu perusahaan berdiri tidak memiliki daya beli yang tinggi maka secara tidak langsung akan mempengaruhi profitabilitas, keberlanjutan perusahaan, serta akan mempengaruhi daya tarik investor dalam menginvestasikan dananya.

Preffer dan Salancik (1978) dalam Suta (1995) mengatakan bahwa keterlibatan sosial dan politik di lingkungan sekitar perusahaan secara langsung akan mempengaruhi kelangsungan operasi suatu perusahaan. Dapat dikatakan pula bahwa perusahaan itu akan mendapat dukungan dari para *stakeholder* dalam menghadapi tantangan dari lingkungannya. Dengan melakukan kegiatan sosial, suatu perusahaan yang tanggap terhadap masalah sosial di sekelilingnya akan selalu didukung oleh para karyawan, konsumen, dan para *stakeholder* lainnya, sehingga pada akhirnya akan meningkatkan reputasi perusahaan serta kinerja perusahaan dalam jangka panjang.

Selain itu dengan melakukan tanggung jawab sosial dan mengungkapkannya, akan memberikan reputasi serta citra merk yang positif di mata berbagai pihak yang berhubungan dengan perusahaan tersebut yang akan mempengaruhi kepedulian berbagai pihak terhadap produk yang dihasilkan perusahaan tersebut. Tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan terhadap

karyawannya juga dipercaya dapat meningkatkan produktivitas karyawan dan memperkecil konflik internal dalam perusahaan.

Ha = Tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan akan berpengaruh terhadap profitabilitas yang diukur dengan *Return on Assets* (ROA) dan *Earning per Share* (EPS) .





## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Tipe dari penelitian ini menggunakan tipe penelitian kuantitatif, dimana pengujian teori-teori dilakukan dengan mengukur variabel-variabel penelitian yang berupa angka-angka dan melakukan analisa data dengan prosedur statistik. Penelitian ini tergolong *hypotesis testing* yaitu merupakan suatu penelitian yang bertujuan untuk menguji teori atau hipotesis. *Hypotesis testing* menggunakan hipotesis sebagai pedoman dan arah untuk menentukan metode-metode penelitian yang digunakan dalam pengujian fakta. (Indriartono dan Supomo:1999)

#### 3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

##### 3.2.1 Populasi

Menurut Sekaran (2005) yang disebut populasi adalah seluruh kelompok manusia, kejadian, atau sesuatu yang menarik perhatian peneliti untuk melakukan investigasi. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan *high profile* di Indonesia yang menerbitkan laporan tahunan berturut-turut pada periode 2006-2007. Robert (1992) dalam Hackston & Milne (1996) mendefinisikan perusahaan *high profile* sebagai perusahaan yang memiliki tingkat sensitivitas tinggi terhadap lingkungan, tingkat resiko politik yang tinggi atau perusahaan yang memiliki tingkat kompetensi yang ketat. Perusahaan yang tergolong *high profile*, pada

umumnya memiliki jumlah tenaga kerja yang besar dan dalam proses produksinya mengeluarkan residu, seperti limbah cair dan polusi udara.

Perimbangan penentuan populasi penelitian hanya pada perusahaan yang *high profile* sejalan dengan pendapat Hackston dan Milne (1996) dan Anggraini (2006), yaitu :

- a. Perusahaan yang termasuk dalam industri *high profile* akan memberikan informasi lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan yang *low profile*.
- b. Perusahaan yang memiliki aktivitas ekonomi yang memodifikasi lingkungan seperti industri ekstraktif lebih mungkin mengungkapkan informasi mengenai dampak lingkungan dibandingkan perusahaan lain.
- c. Perusahaan yang berorientasi pada konsumen diperkirakan akan memberikan informasi mengenai pertanggungjawaban sosial karena hal ini akan meningkatkan *image* perusahaan dan mempengaruhi penjualan.
- d. Perusahaan yang termasuk dalam industri *high profile* lebih banyak diawasi oleh pemerintah dibandingkan perusahaan yang termasuk dalam industri *low profile*.

### 3.2.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi, dengan kata lain, sejumlah elemen populasi akan membentuk sampel (Sekaran :2000).

Sampel penelitian ini diambil dengan menggunakan metode *purposive sampling*, dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang representatif sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. *Purposive sampling* adalah teknik

pemilihan sampel secara tidak acak yang informasinya diperoleh dengan menggunakan pertimbangan tertentu dan disesuaikan dengan tujuan atau masalah. (Indriantoro dan Supomo :1999).

Elemen populasi yang dipilih sebagai sampel dibatasi pada elemen-elemen yang dapat memberikan informasi berdasarkan beberapa pertimbangan. Adapun kriteria-kriteria yang digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk menetapkan sampel adalah :

1. Perusahaan yang terdaftar sebagai perusahaan publik yang masuk dalam kategori *high profile* di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2006-2007. Adapun pengklasifikasian perusahaan-perusahaan *high profile* telah disesuaikan dengan pengelompokan jenis industri dari *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD), dimana perusahaan yang termasuk dalam kategori *high-profile* antara lain perusahaan perminyakan dan pertambangan, kimia, hutan, kertas, otomotif, penerbangan, agribisnis, konstruksi, tembakau dan rokok, produk makanan dan minuman, media dan komunikasi, energi (listrik), *engineering*, kesehatan, serta transportasi dan pariwisata .
2. Perusahaan sampel telah mengeluarkan laporan keuangan tahunan (*annual report*) berturut-turut selama periode 2006- 2007.
3. Laporan tahunan perusahaan tersedia lengkap di Bursa Efek Indonesia dan dapat diakses melalui [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id), serta memiliki kelengkapan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.

**Tabel 3.1**  
**Teknik Pengambilan Sampel**

Kriteria	Jumlah
<p><b>Populasi</b> (Perusahaan <i>high profile</i> yang terdaftar di BEI periode 2006-2007)</p> <p>Perusahaan yang tidak mengeluarkan laporan keuangan tahunan (<i>annual report</i>) berturut-turut selama periode 2006- 2007</p>	<p><b>161 Perusahaan</b></p> <p>(6 Perusahaan)</p>
<p>Laporan tahunan perusahaan tidak dapat diakses melalui <a href="http://www.idx.co.id">www.idx.co.id</a>, serta memiliki kelengkapan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.</p>	<p>155 Perusahaan</p> <p>(120 Perusahaan)</p>
<p><b>Sampel Yang digunakan</b></p>	<p><b>35 Perusahaan</b></p>

Dari pertimbangan diatas, terpilihlah adalah 35 perusahaan dan karena penelitian ini menggunakan metode *pooled data* maka jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 70 perusahaan.

### 3.3 Jenis dan Sumber Data

Berdasarkan sumbernya, data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan, atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter), baik yang dipublikasikan maupun tidak dipublikasikan (Indriantoro dan Soepomo:1999). Data sekunder ini dilakukan dengan penelitian arsip (*archival research*) yang memuat kejadian masa lalu (historis) berupa data eksternal yaitu data dari ICMD dan situs resmi PT. BEI, [www.jsx.co.id](http://www.jsx.co.id). Data-data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data pengungkapan sosial perusahaan yang berupa pernyataan/kalimat yang mengandung informasi pertanggungjawaban sosial yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan dan catatan atas laporan keuangan perusahaan.
2. Daftar item pengungkapan sosial yang diperoleh dari penelitian sebelumnya.
3. Data komponen profitabilitas perusahaan, yang terdiri atas ROA dan EPS yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan .

### 3.4. Definisi Operasional Variabel

#### 3.4.1 Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel tidak terikat yang dapat mempengaruhi variabel dependen. Variabel independen yang akan diuji dalam penelitian ini yaitu pengungkapan sosial

Perhitungan indeks pengungkapan sosial dilakukan dengan langkah-langkah berikut ini :

1. Membuat daftar atau *checklist* pengungkapan sosial. Daftar ini disusun dengan tujuan untuk memudahkan dalam mengukur luas pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan. *Checklist* disusun dalam bentuk daftar item pengungkapan yang masing-masing item disediakan tempat jawaban mengenai status pengungkapan laporan keuangan yang dianalisis.
2. Menentukan indeks pengungkapan sosial untuk setiap perusahaan sampel berdasarkan *checklist* yang telah dibuat, dengan cara melihat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam tujuh kategori yaitu : lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tentang tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum. Kategori ini diadopsi dari penelitian Hackston dan Milne (1996) dan Sembiring (2005).
3. Item-item tersebut kemudian disesuaikan kembali dengan masing-masing sektor industri sehingga item pengungkapan yang diharapkan dari setiap sektor berbeda-beda. Secara lengkap item pengungkapan masing-masing sektor dapat dilihat pada lampiran 2.

Adapun indeks pengungkapan dapat dirumuskan sebagai berikut :

Indeks Pengungkapan : Yes : ( Yes + No )

Yes : Pengungkapan telah dibuat

No : Pengungkapan tidak dibuat.

### 3.4.2 Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas (independen). Terdapat dua variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini yang merupakan wakil dari profitabilitas perusahaan yaitu :

ROA (*Return on Assets*) dan *Earning per Share* (EPS).

ROA dan EPS menurut Fees (2005) dapat diukur dengan rumus :

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Aktiva}} \times 100\%$$

Dan

$$\text{EPS} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Jumlah Saham yang Beredar}}$$

### 3.5 Metode Analisis Data

#### 3.5.1 Uji Asumsi Klasik

##### 3.5.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, karena uji-t dan uji-F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal (Ghozali, 2005:110). Pengujian normalitas dilakukan terhadap nilai *unstandardized residual* dari model regresi dengan menggunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Data dikategorikan berdistribusi normal jika menghasilkan nilai *asymptotic significance*  $> \alpha = 5\%$ .

### 3.5.1.2 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (Ghozali, 2005). Metode pengujian yang sering digunakan adalah dengan Uji Durbin-Watson (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut :

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	<i>No decision</i>	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada korelasi negatif	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada korelasi negatif	<i>No decision</i>	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokorelasi, Positif atau negatif	Tidak ditolak	$du < d < 4 - du$

### 3.5.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2001:92).

Pengujian terhadap gejala heteroskedastisitas dilakukan dengan cara mendeteksi ada tidaknya gejala heteroskedastisitas adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* di sekitar nilai X dan Y. Jika ada pola tertentu, maka telah terjadi gejala heteroskedastisitas.



### 3.5.2 Uji Hipotesis

Pengujian terhadap hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji regresi linier sederhana. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan model regresi sebagai berikut :

$$ROA_i = \alpha + \beta_i IPS_i + e_1 \dots\dots\dots 1$$

Notasi :

$ROA_i$  = *Return on Assets*

$IPS_i$  = Indeks Pengungkapan Sosial

$\alpha$  = konstanta

$\beta_i$  = Koefisien Regresi

$e_1$  = *residual error*

Pengujian hipotesis dilakukan terhadap variabel independen pada model regresi di atas. Kaidah pengambilan keputusan adalah :

- Jika probabilitas (p) t-hitung <  $\alpha$ , maka  $H_a$  diterima
- Jika probabilitas (p) t-hitung >  $\alpha$ , maka  $H_a$  ditolak.

Dalam penelitian ini  $\alpha$  sebesar 5%.

### 3.5.3 Uji Sensitivitas

Uji sensitivitas dilakukan untuk menguji konsistensi hasil pengujian hipotesis. Uji sensitivitas dilakukan dengan menggunakan variabel EPS sebagai proksi terhadap profitabilitas perusahaan. Pengujian juga dilakukan menggunakan uji regresi linier sederhana dengan  $\alpha = 5\%$  dan dilakukan dengan menggunakan model regresi sebagai berikut :



$$EPS_i = \alpha + \beta_i IPS_i + e_1 \dots\dots\dots 2$$

Notasi :

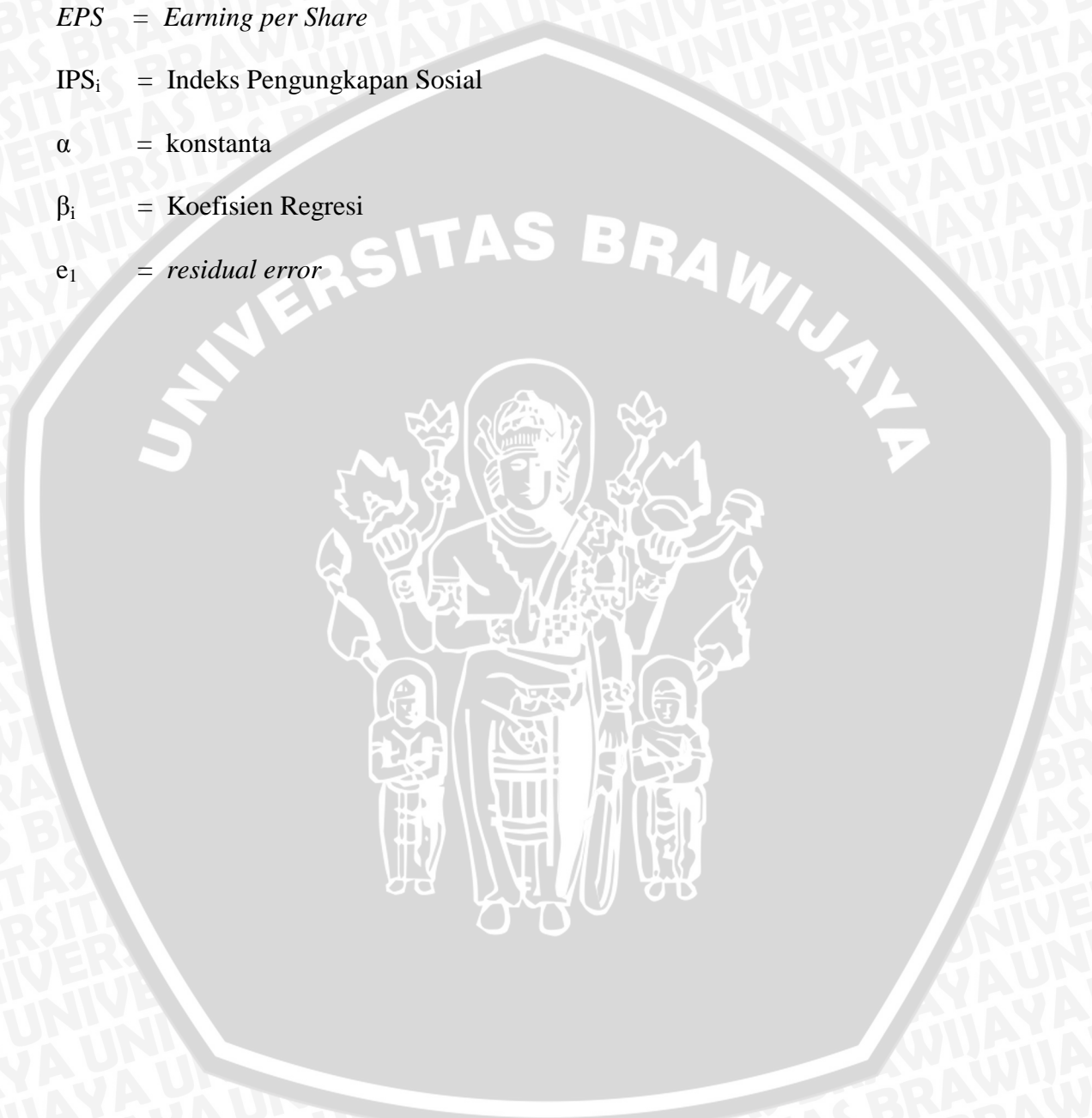
$EPS$  = *Earning per Share*

$IPS_i$  = Indeks Pengungkapan Sosial

$\alpha$  = konstanta

$\beta_i$  = Koefisien Regresi

$e_1$  = *residual error*



## BAB IV

### HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Hasil Analisis

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelaksanaan tanggung jawab sosial yang diukur menggunakan indeks pengungkapan sosial (IPS) perusahaan terhadap profitabilitas yang diukur dengan *Return on Assest* (ROA) dan *Earning per Share* (EPS). Hasil pengujian dianalisis dengan menggunakan perangkat lunak SPSS for windows versi.15.0.

##### 4.1.1 Statistik Deskriptif

Hasil statistik deskriptif terhadap variabel penelitian ditunjukkan pada tabel 4.1 berikut ini.

**Tabel 4.1**  
**Statistik Deskriptif**

Variabel	n	Min	Mak	Rata-Rata
1. IPS	70	-2.56	53.13	23.44
2. ROA	70	-24.38	16.29	3.21
3. EPS	70	-559	1610	155.42

*Sumber data: lampiran*

Berdasarkan hasil statistik deskriptif pada tabel 4.1, dengan menggunakan metode *pooled data* diperoleh sebanyak 70 data observasi yang berasal dari perkalian antara periode penelitian (2 tahun) dengan jumlah perusahaan yang dijadikan sampel penelitian (35 perusahaan).

Indeks pengungkapan sosial (IPS) merupakan luas pengungkapan relatif setiap perusahaan atas pengungkapan sosial yang dilakukannya, yaitu rasio total

skor yang diharapkan dapat diperoleh oleh perusahaan tersebut. Hasil analisis dengan menggunakan statistik deskriptif menunjukkan nilai minimum sebesar 2,56% , nilai maksimum sebesar 53,13%, dengan rata-rata sebesar 23,44%. Berdasarkan nilai rata-rata yang dihasilkan, dapat disimpulkan bahwa pada umumnya luas pengungkapan sosial yang dilakukan oleh sampel masih tergolong rendah, dengan rata-rata masih dibawah 50%.

Tingkat profitabilitas perusahaan diukur dengan menggunakan proksi *Return on Assets* (ROA), yaitu rasio antara laba bersih setelah pajak dengan jumlah aktiva perusahaan. Hasil analisis dengan menggunakan statistik deskriptif menunjukkan nilai minimum sebesar -24.38 % , nilai maksimum sebesar 16.29%, dengan rata-rata sebesar 3.21%. Berdasarkan nilai rata-rata yang dihasilkan, dapat disimpulkan bahwa selama periode 2006-2007 perusahaan *high-profile* di BEI pada umumnya mampu memberikan tingkat profitabilitas bernilai positif.

Tingkat *Earning per Share* (EPS) sebagai wakil dari komponen profitabilitas lainnya merupakan indikator utama yang digunakan investor dalam melihat daya tarik suatu saham. EPS merupakan perbandingan antara laba bersih dengan jumlah saham yang beredar. Hasil analisis dengan menggunakan statistik deskriptif menunjukkan nilai minimum sebesar -559, nilai maksimum sebesar 1610, dengan rata-rata sebesar 155.42. Berdasarkan nilai rata-rata yang dihasilkan, dapat disimpulkan bahwa selama periode 2006-2007 perusahaan *high-profile* di BEI pada umumnya mampu memberikan tingkat EPS yang bernilai positif

#### 4.1.2 Hasil Uji Asumsi Klasik

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji regresi linier sederhana. Dalam pengujian dengan menggunakan metode kuadrat terkecil biasa (*ordinary least squares/OLS*), dibutuhkan *sifat tidak bias linier terbaik (Best Linier Unbiased Estimator/BLUE)* dari penaksir (Gujarati, 1997:44). Serangkaian uji dapat dilakukan agar persamaan regresi yang terbentuk dapat memenuhi persyaratan BLUE ini, yaitu uji normalitas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas.

##### 4.1.2.1 Hasil Uji Normalitas

Gujarati (1997:67) menuliskan bahwa regresi linier membutuhkan asumsi kenormalan data dengan beberapa alasan sebagai berikut:

1. Data berdistribusi normal akan menghasilkan model prediksi yang tidak bias, serta memiliki varians yang minimum.
2. Data berdistribusi normal akan menghasilkan model yang konsisten, yaitu dengan meningkatnya jumlah sampel ke jumlah yang tidak terbatas maka penaksir mengarah ke nilai populasi yang sebenarnya.

Berdasarkan dua alasan di atas maka sebelum analisis dilanjutkan dengan menggunakan uji regresi, terlebih dahulu dilakukan uji normalitas terhadap nilai *unstandardized residual* menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dengan signifikansi sebesar 5%. Hasil pengujian disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4.2

## Hasil Uji Normalitas

Keterangan	Unstandardized Residual
N	70
Kolmogorov-Smirnov Z	0.643
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.803

Sumber data: lampiran

Berdasarkan pengujian pada tabel 4.2, hasil pengujian terhadap nilai residual model regresi menghasilkan nilai *Asymptotic significance*  $> 0,05$ , yaitu sebesar 0,803. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi kenormalan.

#### 4.1.2.2 Hasil Uji Gejala Autokorelasi

Uji autokorelasi ini ditujukan untuk mengidentifikasi adanya korelasi antara kesalahan pengganggu yang terjadi antar periode yang diujikan dalam model regresi. Untuk dapat mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dilakukan pengujian menggunakan Durbin-Watson (DW) Test. Hasil pengujian dengan menggunakan DW Test (lihat lampiran uji asumsi klasik) menunjukkan nilai DW-hitung sebesar 2,333. Tabel batas DW untuk observasi ( $n$ ) sebanyak 70 dan variabel independen ( $k$ ) sebanyak 1 variabel menghasilkan batas  $dU = 1,641$  dan batas  $dL = 1,583$ . Karena DW lebih besar dari batas atas ( $dU$ ) maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, yang berarti tidak ada autokorelasi positif.

#### 4.1.2.3 Hasil Uji Gejala Heteroskedastisitas

Metode ini digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan

yang lain. Jika terdapat perbedaan varians, maka dijumpai gejala heteroskedastisitas.

Cara mendeteksi ada tidaknya gejala heteroskedastisitas adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* di sekitar nilai X dan Y. Jika ada pola tertentu, maka telah terjadi gejala heteroskedastisitas. Hasil pengujian dengan menggunakan *scatterplot* (lihat lampiran uji asumsi klasik) menunjukkan bahwa tidak dijumpai adanya pola tertentu pada grafik di sekitar koordinat X dan Y. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan tidak dijumpai gejala heteroskedastisitas pada model regresi.

#### 4.1.3. Hasil Uji Hipotesis

Pengujian terhadap hipotesis penelitian bertujuan untuk menguji apakah tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas yang diukur dengan *Return on Assets* (ROA). Pengujian dilakukan secara *pooled data* menggunakan uji regresi linier sederhana dengan  $\alpha = 5\%$ .

Hasil pengujian disajikan pada Tabel 4.3 berikut ini.

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Regresi**

Variabel	Konstanta	t-Hitung	Sign. (p)	Keterangan
Konstanta	1.375	21.913	0.000	-
IPS	0.145	3.070	0.003	Signifikan
R <sup>2</sup>	= 0.122			
F-hitung	= 9.428			
Sign. (p)	= 0.003			

Sumber data: lampiran

Berdasarkan hasil pada Tabel 4.3, pengujian terhadap variabel indeks pengungkapan sosial (IPS) menghasilkan t-hitung sebesar 3,070 dengan tingkat kesalahan prediksi (p) sebesar 0,3%. Berdasarkan hasil tersebut, karena tingkat kesalahan prediksi (p) lebih kecil dari  $\alpha$  maka hipotesis didukung oleh bukti empiris sehingga hipotesis diterima.

#### 4.1.4 Model Regresi Yang Terbentuk

Berdasarkan hasil pengujian seperti yang ditunjukkan pada Tabel 4.3, model regresi yang terbentuk adalah sebagai berikut:

$$Y = 1,375 + 0,145X_1$$

Koefisien regresi  $X_1$  (IPS) diperoleh sebesar 0,145. Hasil ini menunjukkan apabila IPS naik sebesar 1% maka akan diikuti oleh kenaikan profitabilitas perusahaan sebesar 0,145%.

#### 4.1.5 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan sampai seberapa besar proporsi perubahan variabel independen mampu menjelaskan variasi perubahan variabel dependen. Hasil uji regresi pada Tabel 4.3 menunjukkan nilai koefisien determinasi sebesar 0,122. Hasil tersebut menunjukkan bahwa proporsi variabel independen dalam menjelaskan variasi perubahan variabel dependen hanya sebesar 12,2%, sedangkan sisanya sebesar 87,8% lebih dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel yang diteliti. Nilai koefisien determinasi yang rendah tersebut



bisa dimaklumi karena pengujian terhadap hipotesis penelitian ini hanya menggunakan uji regresi linier sederhana.

#### 4.1.6 Analisis Sensitivitas

Analisis sensitivitas dilakukan untuk menguji konsistensi hasil pengujian hipotesis. Uji sensitivitas dilakukan dengan menggunakan variabel EPS sebagai proksi terhadap profitabilitas perusahaan. Pengujian juga dilakukan dengan menggunakan uji regresi linier sederhana dengan  $\alpha = 5\%$ . Hasil pengujian disajikan pada Tabel 4.4 berikut ini.

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Sensitivitas**

Variabel	Konstanta	t-Hitung	Sign. (p)	Keterangan
Konstanta	2.297	15.497	0.000	-
IPS	0.395	3.542	0.001	Signifikan
R <sup>2</sup>	= 0.156			
F-hitung	= 12.549			
Sign. (p)	= 0.001			

*Sumber data: lampiran*

Berdasarkan hasil pada Tabel 4.4, pengujian secara parsial terhadap variabel indeks pengungkapan sosial (IPS) menghasilkan t-hitung sebesar 3,542 dengan tingkat kesalahan prediksi (p) sebesar 0,1%. Berdasarkan hasil tersebut, karena tingkat kesalahan prediksi (p) lebih kecil dari  $\alpha$  maka dapat disimpulkan EPS berpengaruh signifikan terhadap indeks pengungkapan sosial.

#### 4.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian terhadap hipotesis, penelitian ini berhasil membuktikan adanya pengaruh positif signifikan pengungkapan sosial terhadap profitabilitas perusahaan. Hasil ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang

dilakukan oleh Tresnawati (2008) yang berhasil menemukan hubungan positif antara penerapan *corporate social responsibility* dengan profitabilitas. Hasil uji sensitivitas dengan menggunakan EPS sebagai proksi lain dari profitabilitas juga menunjukkan fakta yang konsisten. Uji sensitivitas menunjukkan adanya pengaruh positif signifikan indeks pengungkapan sosial terhadap EPS.

Hubungan antara perusahaan dengan masyarakat tidak selalu harmonis. Realitas di masyarakat banyak memperlihatkan kepada kita betapa banyak problema yang ditimbulkan oleh perilaku perusahaan yang kurang bertanggung jawab, masyarakat dipaksa untuk mengkonsumsi tanah, air, dan udara yang tercemar dan bermutu rendah. Dalam perspektif tujuan perusahaan yang mengejar profit, dampak-dampak negatif yang ditimbulkan akibat operasional perusahaan bukan merupakan hal yang diperhitungkan. Hal tersebut disebabkan karena orientasi utama mereka adalah bagaimana memanfaatkan sumber daya utama yang efektif dan efisien dengan mengabaikan efek yang ditimbulkannya.

Perubahan dan perkembangan struktur sosio-ekonomi masyarakat akhir-akhir ini menyebabkan masyarakat semakin memahami hak-hak mereka. Hal tersebut juga mendorong timbulnya tuntutan-tuntutan terhadap kepedulian sosial perusahaan sehingga masalah-masalah sosial dan lingkungan yang ditimbulkannya dituntut untuk secara transparan disajikan pada laporan yang dapat mengungkapkan bagaimana kontribusi mereka terhadap berbagai permasalahan sosial yang terjadi di sekitarnya.

Agar sebuah perusahaan mampu mencapai *sustainability*, perusahaan melaksanakan *corporate social responsibility*, dimana dalam CSR ini perusahaan

memiliki tanggung jawab terhadap *stakeholdernya*, *stakeholder* yang berbeda menghasilkan konsekuensi tanggung jawab yang berbeda pula tergantung dari bentuk hubungan yang muncul antara perusahaan dengan *stakeholder* tersebut. Pelaksanaan CSR pun beragam jika dilihat dari segi dimensinya. Ada perusahaan yang pelaksanaan CSR nya sudah mencakup semua dimensi, namun ada pula perusahaan yang hanya berkonsentrasi terhadap dimensi-dimensi tertentu.

Berkaitan dengan fakta-fakta tersebut, hasil pengujian yang menunjukkan adanya pengaruh positif IPS terhadap profitabilitas menunjukkan bahwa laporan tahunan, yang selama ini dianggap sebagai media yang paling tepat untuk mengkomunikasikan berbagai informasi yang relevan dari manajemen perusahaan, telah mampu dimanfaatkan secara optimal oleh pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan untuk mengungkapkan masalah-masalah yang berhubungan dengan lingkungan sosial. Dengan melakukan tanggung jawab sosial dan mengungkapkannya, perusahaan akan mendapatkan reputasi positif di mata berbagai pihak-pihak yang berkepentingan, memperoleh legitimasi sosial serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan perusahaan, yang semakin memberi kekuatan pada perusahaan tersebut. Tanggung jawab sosial perusahaan terhadap karyawannya juga dapat memberi hasil positif lainnya, yaitu semakin meningkatnya kinerja karyawan yang bisa meningkatkan produktivitas perusahaan.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah *corporate social responsibility* (tanggung jawab sosial) yang dilakukan oleh perusahaan dan kemudian diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas yang diproksikan dengan *Return on Assets* (ROA) dan *Earning per Share* (EPS).

Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini berhasil membuktikan adanya pengaruh positif pengungkapan sosial yang diterbitkan oleh perusahaan dalam laporan keuangan terhadap profitabilitas. Hasil pengujian yang menggunakan kedua proksi profitabilitas, yaitu ROA dan EPS menunjukkan hasil yang konsisten. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dengan adanya perhatian dan bantuan yang diberikan perusahaan terhadap masyarakat baik berupa bantuan dana, pelatihan, kepedulian terhadap lingkungan hidup, memperhatikan kesejahteraan karyawan dan sebagainya akan menimbulkan respon positif. Adapun respon positif yang dihasilkan adalah membuat daya beli masyarakat membaik, perusahaan akan mendapatkan reputasi positif di mata berbagai pihak-pihak yang berkepentingan yang pada akhirnya akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan perusahaan, selain itu kepedulian perusahaan terhadap karyawan juga dapat meningkatkan loyalitas dan kinerja karyawan tersebut.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan sebagai berikut:

1. Penelitian ini menggunakan periode penelitian hanya selama dua tahun. Penggunaan periode penelitian yang terlalu pendek dikhawatirkan menghasilkan kesimpulan yang kurang akurat.
2. Penilaian terhadap tanggung jawab sosial yang hanya berdasarkan dari pengungkapan sosial dalam laporan tahunan kurang menggambarkan tanggung jawab sosial perusahaan tersebut secara keseluruhan, karena ada kemungkinan perusahaan tidak selalu mengungkapkan tanggung jawab sosialnya.
3. Hasil analisis dengan model regresi yang digunakan menunjukkan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang tergolong rendah. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat variabel lain yang dapat digunakan sebagai prediktor terhadap perubahan variabel dependen.

## 5.3 Implikasi Untuk Penelitian Selanjutnya

Dengan adanya keterbatasan pada penelitian ini, implikasi untuk penelitian selanjutnya adalah:

### a. Implikasi Praktis

Bagi perusahaan, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sumbangan pemikiran tentang pentingnya *Corporate Social Responsibility* dan pengungkapannya, dan sebagai motivator bagi perusahaan-perusahaan tersebut untuk melakukan aktivitas sosial yang lebih luas sebagai bentuk tanggung

jawabnya kepada publik dan juga sebagai usaha untuk menjaga eksistensinya di masyarakat

Sedangkan bagi pihak lain yang berwenang, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi dalam merumuskan kebijakan, peraturan, dan standar yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan dan pengungkapannya.

#### **b. Implikasi Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan mengenai tanggung jawab sosial dan pengaruhnya terhadap profitabilitas juga untuk menguatkan atau memperbaiki teori yang sudah ada mengenai faktor-faktor yang dapat dipengaruhi oleh pengungkapan sosial pada perusahaan. Selain itu hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dalam melakukan penelitian yang akan datang.

#### **c. Implikasi Penelitian Yang Akan Datang**

1. Penelitian selanjutnya bisa dilakukan dengan menggunakan periode yang lebih panjang. Dengan dilakukan penambahan periode diharapkan hasil penelitian lebih mampu mencerminkan kondisi yang sebenarnya.
2. Mempertimbangkan sumber informasi perusahaan lainnya untuk mendapatkan gambaran menyeluruh mengenai tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan, misalnya dengan teknik wawancara.
3. Untuk memperbaiki nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang diperoleh, penelitian selanjutnya bisa dikembangkan dengan menambahkan beberapa

variabel kontrol yang dianggap mampu berpengaruh terhadap profitabilitas, seperti tingkat leverage dan ukuran perusahaan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini,Fr,Reni. 2006. *Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan : Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta*. Simposium Nasional Akuntansi 9 Padang.
- Belkaoui, Ahmed Riahi. 2000. *Teori Akuntansi*. Diterjemahkan oleh Marwata, dkk. Buku Satu. Edisi Pertama. Salemba Empat. Jakarta.
- Chasanah, Uswatun. 2006. Praktek Pengungkapan Sosial Pada Laporan Tahunan Perusahaan di Indonesia : Studi Perbandingan Pada Perusahaan-Perusahaan High-Profile dan Low-Profile yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta. Skripsi. FE-UB. Malang.
- Epstein, Marc J and Martin Freedman. 1994. Social Disclosure and The Individual Investor. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 7, No.1, pp.94-109.
- Evans, Thomas G. 2003. *Accounting Theory*. [Thomson South-Western](#).
- Fees, Warren Reeve. 2005. *Pengantar Akuntansi*. Buku Dua. Salemba Empat. Jakarta.
- Hacshton, David and Markus J, Milne. 1996. Some Determinants of Social and Enviromental Disclosure in New Zealand Companies. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 9, No.1, pp.77-108.
- Harahap, Sofyan. Safri. 1993 *Teori Akuntansi*. PT RajaGrafindo Persada. Jakarta.
- Hendriksen, Eldon S. 1987. *Teori Akuntansi*. Jilid Dua. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Husniati, Festina. 2006. Reaksi Pasar Modal Sebagai Dampak Social Disclosure Dalam Laporan Tahunan. Skripsi. FE-UB. Malang.
- Ikatan Akuntan Indonesia (IAI). 2002. *Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan*. Salemba Empat. Jakarta.
- Ilmiyati, Fahmi. 2002. Pengaruh Pengungkapan Sosial Terhadap Reaksi Investor. Skripsi. FE-UB. Malang.
- Indrianto, N dan Supomo. B,. 1999. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Edisi Pertama. BPFE. Yogyakarta



- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar. 1997. *Ekonometrika Dasar*. Erlangga. Jakarta.
- Gray, Rob; Reza Kouhy and Simon Lavers. 1995. Corporate Social and Environmental Reporting: A Review of Literature and a Longitudinal Study of UK Disclosure. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 8, No. 2, pp. 47-77.
- Gustiari, Elfitri. 2008. Analisis Pengaruh Dewan Komisaris dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial : Studi Empiris Pada Perusahaan High Profile yang Terdaftar di BEI. Skripsi. FE-UB. Malang.
- Mardiyah, Aida Ainul. 2002. Pengaruh Informasi Asimetri dan Disclosure terhadap Cost of Capital. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*. Vol. 5 No. 2, Mei, pp. 229-256.
- Nahar, Farida. 2007. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Praktik-Praktek Pengungkapan Sosial Pada Perusahaan Publik di Indonesia. Skripsi. FE-UB. Malang.
- Post, James E; Anne Lawrence and James Weber. 2002. *Business and Society : Corporate Strategy, Public Policy, Ethics*. McGraw-Hill.
- Rosmasita, Hardhina. 2007. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial (Social Disclosure) Dalam Laporan Keuangan Tahunan Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Jakarta. Skripsi. FE-UII. Yogyakarta.
- Sekaran, Uma. 2004. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Salemba Empat. Jakarta.
- Sembiring, Eddy Rismanda. 2005. *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris pada Perusahaan yang Tercatat Di Bursa Efek Jakarta*. Simposium Nasional Akuntansi VIII, pp. 379-395.
- Suta, I Putu Gede Ary. 2005. *Kinerja Pasar Perusahaan Publik di Indonesia : Suatu Analisis Reputasi Perusahaan*. Yayasan Sad Satria Bhakti. Jakarta.
- Tilt, Carol Ann. 1994. The Influence of External Pressure Groups on Corporate Social Disclosure. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 7, No. 4, pp.47-72.
- Tresnawati, Rina. 2008. Pengaruh Sebelum Dan Setelah Penerapan Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan. Skripsi. FE-Universitas Widyatama.

Utomo, Muhammad Muslim. 2000. *Praktek Pengungkapan Sosial Pada Laporan Tahunan Perusahaan di Indonesia : Studi Perbandingan Antara Perusahaan-Perusahaan High-Profile dan Low-Profile*. Simposium Nasional Akuntansi III, pp. 99-117.

Zubaidah, Siti. 2003. *Pengaruh Biaya Sosial Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Semen Yang Listing Di Bursa Efek Jakarta*. JIPT- UMM. Malang.

Zuhroh, Diana, dan I Putu Pande Heri Sukmawati .2003. *Analisis Pengaruh Luas Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan terhadap Reaksi Investor*. Simposium Nasional Akuntansi VI, pp.1314-1326.

