

PENGARUH *ECONOMIC PERFORMANCE* DAN *POLITICAL VISIBILITY* TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*

Restu Agusti

Program Studi Akuntansi
Fakultas Ekonomi, Universitas Riau, Kampus Binawidya Panam
Jalan H.R. Soebrantas Km 12,5 Pekanbaru

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji beberapa faktor penentu pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility) pada perusahaan-perusahaan di Indonesia. Populasi penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2006. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan stratified random sampling method. Sebanyak 32 laporan tahunan perusahaan telah dianalisis dengan menggunakan program multiple regression (regresi berganda).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa economic performance yang diwakili return industri berpengaruh terhadap CSR. Hal ini ditunjukkan dengan $p < 0.026$, dan political visibility yang diwakili ukuran dan tipe perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan informasi lingkungan. Hal ini ditunjukkan dengan $p < 0.026$ pada tipe perusahaan dan $p < 0.036$ pada ukuran perusahaan.

Kata kunci : pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility), economic performance (return industri), political visibility (ukuran perusahaan dan tipe perusahaan)

PENDAHULUAN

Dewasa ini, pengungkapan pertanggungjawaban sosial suatu korporasi menjadi keharusan bagi perusahaan-perusahaan yang telah *go-public*, sebagai bentuk akuntabilitas dan responsibilitas perusahaan kepada publik. Ikatan Akuntan Indonesia kompartemen akuntan manajemen dengan didukung Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) dan PT Bursa Efek Indonesia telah melakukan penilaian bagi perusahaan-perusahaan yang telah menerapkan CSR dan melaporkannya sesuai dengan kualifikasi dan standar internasional tertentu yang telah ditetapkan dengan menyelenggarakan *Indonesia Sustainability Reporting Award (ISRA)*.

Banyak perusahaan semakin menyadari pentingnya menerapkan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebagai bagian dari strategi bisnisnya. Survey global yang dilakukan oleh The Economist Intelligence Unit menunjukkan bahwa 85% eksekutif senior dan investor dari berbagai organisasi menjadikan CSR sebagai pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan (Warta Ekonomi, 2006). Penelitian Basamalah dan Jeremias (2005) menunjukkan bahwa salah satu alasan manajemen melakukan pelaporan sosial adalah untuk alasan strategis.

Berbagai penelitian yang terkait dengan CSR perusahaan menunjukkan keanekaragaman hasil. Keanekaragaman hasil tersebut sebagian disebabkan karena model yang dikembangkan merupakan model yang sangat sederhana dan pengukuran yang dilakukan juga tidak konsisten.

Penelitian yang menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara CSR dengan *visibilitas politis* yang dilihat dari ukuran perusahaan dilakukan oleh Belkaoui dan Karpik (1989), Patten (1992), Hackston dan Milne (1996), Adams *et. al.*, (1998), Grey *et. al.*, (2001) dan Sembiring (2005), Cowen *et. al.*, (1987), menemukan bahwa hubungan akan terjadi dengan beberapa kategori tanggung jawab sosial bukan secara keseluruhan dan Anggraini (2006) tidak menemukan adanya hubungan yang signifikan antara kedua variabel tersebut.

Hubungan antara tipe industri (industri *high-profile* dan *low-profile*) dengan pengungkapan tanggung jawab perusahaan terjadi ketidakkonsistenan hasil. Penelitian Hackston dan Milne (1996) pada perusahaan-perusahaan publik di New Zealand membuktikan bahwa tipe industri mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Gray *et. al.*, (2002) serta Anggraini (2006) juga menemukan hubungan yang positif antara kedua variabel tersebut. Berbeda dengan hal tersebut, penelitian Kelly (1981), Davey (1982), Ng(1985) seperti yang dinyatakan dalam Hackston dan Milne (1996) tidak menemukan hubungan antara kedua variabel tersebut. Begitu juga dengan penelitian Freedmen dan Jaggi (1988) serta Donovan dan Gibson (2000) menemukan hubungan yang negatif dari dua variabel tersebut.

Hasil yang tidak konsisten juga ditunjukkan oleh penelitian untuk menguji hubungan antara CSR dengan variabel financial. Penelitian yang dilakukan oleh Belkaoui dan Karpik (1989) serta Cornier dan Magnan (1999) menemukan hubungan yang negatif signifikan antara kedua variabel tersebut, sedangkan penelitian yang dilakukan di Indonesia oleh Sembiring (2005) dan Anggraini (2006) tidak berhasil membuktikan penelitian tersebut.

Dari beberapa penelitian, terdapat hasil-hasil penelitian yang beragam dan masih kontradiktif (ketidakkonsistenan). Penelitian ini akan membahas lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan di Indonesia.

Ada Beberapa Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan CSR

1. *Economic Performance*

Corporate social responsibility dan *economic performance* saling memiliki hubungan yaitu saat tanggapan sosial diminta dari manajemen pada saat yang sama pula manajemen di minta untuk membuat keuntungan bagi perusahaan. *Economic performance* suatu perusahaan mempunyai fungsi vital bagi banyak kalangan baik secara kelompok maupun secara individual yang berkepentingan dengan perusahaan tersebut.

Sebagaimana dikatakan oleh Alexander dan Buchholz dalam Belkaoui dan Karpik (1989); kesadaran sosial dan perhatian manajemen juga merupakan syarat keahlian untuk menjalankan perusahaan superior dalam sentuhan tradisional dari kinerja keuangan, sehingga membuat perusahaan ini merupakan suatu investasi menarik. Respon sosial perusahaan dalam hal pengungkapan sosial dan sosial *performance* menjadi suatu yang kurang responsif dalam hal keuntungan sebagai variabel akuntansi seperti ROI, dan variabel market seperti *diferensial stock price return* (Belkaoui dan Karpik, 1989).

Menurut Belkaoui dan Karpik(1989) salah satu ukuran kinerja keuangan yang sering digunakan dalam penelitian tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah pendapatan perlembar saham. Harga saham perusahaan secara relatif dalam industri yang bersangkutan merupakan cerminan pencapaian *economic performance* perusahaan.

Perusahaan yang memiliki tingkat tanggung jawab sosial yang tinggi akan direspon secara positif oleh investor melalui fluktuasi harga saham perusahaan. Para investor cenderung menanamkan modalnya pada perusahaan yang memiliki standart tinggi dalam masalah sosial dan lingkungan hidup.

1. Political Visibility

Berdasarkan hipotesis *political visibility* semakin besar *political visibility* yang dihadapi oleh perusahaan, maka manager akan memilih prosedur akuntansi yang dapat menghasilkan laba sekarang lebih rendah dibandingkan laba masa depan. Dengan demikian semakin tinggi *political visibility* yang dihadapi perusahaan maka perusahaan akan semakin banyak mengeluarkan biaya untuk mengungkapkan informasi sosial sehingga laba yang dilaporkan menjadi lebih rendah [Watt & Zimmerman (1990) dalam Scott (1997)]. *Political visibility* perusahaan biasanya diukur dengan *size* yang lebih besar, mempunyai intensitas modal yang lebih besar dan sistematis pasar yang tinggi. Keputusan untuk mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial akan di ikuti oleh suatu pembiayaan yang untuk aktivitas sosial yang bagaimanapun akan menurunkan pendapatan perusahaan. *Political visibility* diproksikan dengan *size* dan tipe industri.

Pada perusahaan besar biasanya melakukan perencanaan berupa biaya-biaya yang akan dikeluarkan dari aktivitas pengungkapan sosial (*political visibility*), penyiapan informasi pengungkapan sosial secara detail, dan merencanakan resiko-resiko yang mungkin akan terjadi. Sehingga perusahaan besar mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan kecil, ini dibuktikan bahwa tindakan-tindakan yang dilakukan perusahaan besar memungkinkan perusahaan tersebut untuk memperoleh keuntungan melalui pengungkapan sosial yang bermanfaat dan dapat memberikan fasilitas informasi kepada pemegang saham di pasar modal (Singhvi dan Desai, 1971 dalam Arcay dan Vazquez, 2005).

Penelitian terdahulu menyatakan bahwa *size* perusahaan mempengaruhi kinerja keuangan dan juga mempengaruhi *performance* dan pengungkapan *corporate social responsibility* (Chen dan Metcalf, 1980 dalam Balabanis, Phillips, dan Lyall). Pendapat lain bahwa perusahaan besar lebih memiliki respon yang tinggi untuk memperoleh kelonggaran dari legislatif dan/atau agensi pelaksana berkenaan dengan pembebanan dan pemenuhan standart CSR. Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi kebiasaan perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR antara pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) dan *mandatory disclosure*.

Perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut Cowen *et. al.*, (1987), secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan kritikan-kritikan publik atau intervensi dari pemerintahan (Watts dan Zimmerman, 1986 dalam Arcay dan Vazquez, 2005), pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politik sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan, sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan semakin luas. Perusahaan yang besar cenderung akan memberikan informasi laba sekarang lebih rendah dibandingkan perusahaan kecil, sehingga perusahaan besar cenderung akan mengeluarkan biaya untuk pengungkapan informasi sosial yang lebih besar dibandingkan perusahaan kecil. Ukuran perusahaan dapat diproksikan dari nilai kapitalisasi pasar, total asset, log penjualan, dsb.

Para peneliti sosial tertarik untuk melakukan pengujian terhadap pengungkapan sosial pada berbagai

perusahaan yang memiliki perbedaan karakteristik. Salah satu perbedaan karakteristik yang menjadi perhatian adalah tipe industri yaitu industri yang *high-profile* dan industri yang *low-profile*. Roberts (1992) dalam Hackston & Milne (1996) mendefinisikan industri yang *high-profile* adalah industri yang memiliki visibilitas konsumen, risiko politis yang tinggi atau menghadapi persaingan yang tinggi. Preston (1977) dalam Hackston & Milne (1996) mengatakan bahwa perusahaan yang memiliki aktivitas ekonomi yang memodifikasi lingkungan, seperti industri ekstraktif, lebih mungkin mengungkapkan informasi mengenai dampak lingkungan dibandingkan industri yang lain. Perusahaan-perusahaan *high profile*, pada umumnya merupakan perusahaan yang memperoleh sorotan dari masyarakat karena aktivitas operasinya memiliki potensi untuk bersinggungan dengan kepentingan luas. Masyarakat umumnya lebih sensitif terhadap tipe industri ini karena kelalaian perusahaan dalam pengamanan proses produksi dan hasil produksi dapat membawa dampak yang besar bagi masyarakat. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, Robert (1992); Hackston & Milne (1996); Patten (1991) perusahaan yang terklasifikasi dalam kelompok industri *high-profile* antara lain perusahaan perminyakan dan pertambangan lain, kimia, hutan, kertas, otomotif, penerbangan, agribisnis, tembakau dan rokok, produk makanan dan minuman, media dan komunikasi, energi (listrik), *enggenering*, kesehatan serta transportasi dan pariwisata.

Perusahaan *low-profile* adalah perusahaan yang tidak terlalu memperoleh sorotan luas dari masyarakat manakala operasi yang mereka lakukan mengalami kegagalan atau kesalahan pada aspek tertentu dalam proses atau hasil produksinya. Bila dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan *high-profile*, perusahaan yang terkategori dalam industri *low-profile* lebih ditoleransi oleh masyarakat luas manakala melakukan kesalahan. Adapun perusahaan yang termasuk dalam kelompok industri *low-profile* terdiri dari bangunan, keuangan dan perbankan, *supplier* peralatan medis, property, retailer, tekstil dan produk tekstil, produk personal, dan produk rumah tangga.

Penelitian yang dilakukan Hackston & Milne (1996) pada perusahaan-perusahaan publik membuktikan bahwa pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan besar lebih tinggi dari pada pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan kecil. Temuan lain, perusahaan *high-profile* melakukan pengungkapan sosial yang lebih banyak dari pada perusahaan *low-profile*.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah perusahaan yang tergolong *high-profile* dan *low-profile* dan terdaftar di Bursa Efek Jakarta tahun 2006 yang tercantum dalam *Indonesia Capital Market Direction* (ICMD) 2007. Penggunaan perusahaan yang tercatat di BEJ sebagai populasi karena perusahaan tersebut mempunyai kewajiban menyampaikan laporan tahunan kepada pihak luar perusahaan, sehingga memungkinkan data laporan tersebut diperoleh dalam penelitian ini.

Pemilihan sampel menggunakan metode *stratified random sampling*, Stratifikasi yang digunakan peneliti mengikuti stratifikasi yang berlaku di BEI. Peneliti mengambil sampel sebanyak 20% dari jumlah keseluruhan populasi yang dianggap telah cukup mewakili populasi dari setiap sektor. Sampai akhir tahun 2006 tercatat 158 perusahaan yang listing di BEI dan tergolong kedalam perusahaan *high-profile* dan *low-profile*, pengambilan sebanyak 20% dari 158 perusahaan dan akan dihasilkan 32 sampel.

Penelitian ini menggunakan data dokumenter (*documentary data*), dimana data ini merupakan literatur pendukung dan penelitian terdahulu, jurnal, laporan keuangan tahunan, catatan atas laporan keuangan, dan Peringkat PROPER dari Kementerian Lingkungan Hidup, harga saham, pembagian deviden dan return industri.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa data-data sekunder yang diperoleh langsung dari Pusat Informasi Pasar Modal (*Capital Market Information Center*), Directory BEI, dan *annual report* untuk melihat *checklist item* pengungkapan sosial yang akan di *checklist* oleh penulis.

Pada penelitian ini terdapat dua macam variabel yaitu variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat), sebagai variabel terikatnya adalah economic performance dan variabel bebasnya adalah CSR.

Economic performance adalah kinerja perusahaan-perusahaan secara relatif dalam suatu industri yang sama yang ditandai dengan return tahunan industri yang bersangkutan. Menurut Al-Tuwaijri, *et.al.*, (2004) *economic performance* dinyatakan dalam skala yang dihitung :

$$\frac{(P_1 - P_0) + Div}{P_0} - Me_{RI}$$

Keterangan: P_1 = harga saham akhir tahun
 P_0 = harga saham awal tahun
Div = pembagian deviden
 Me_{RI} = medium return industri

Return industri dihitung dari indeks industri yang diperoleh dari laporan *Jakarta Stock Exchange* (JSX).

Dalam penelitian ini *political visibility* diproksikan dengan *size* dan tipe industri, sedangkan *size* perusahaan, konsisten dengan penelitian Hackston dan Milne (1996) akan menggunakan *total assets* sebagai ukuran untuk *size* perusahaan.

Berdasarkan penelitian-penelitian yang pernah dilakukan (Patten,1991; Dierkes dan Preston, 1977; Robert, 1992; Hackston dan Milne, 1996; Choi,1998) perusahaan terklasifikasi dalam kelompok industri *high-profile* dan *low-profile*. Tipe industri merupakan variabel dummy (yaitu variabel penilaian), yaitu: 1 = perusahaan yang termasuk dalam industri *high-profile* dan 0 = perusahaan yang termasuk dalam industri *low-profile*.

Kriteria untuk menentukan perusahaan dengan *high-profile* dengan *low-profile* digunakan pengelompokan menurut Roberts (1992), Preston (1977) dan Patten (1991) dan Hackston dan Milne (1996). Perusahaan-perusahaan yang termasuk dalam kelompok industri *high-profile* antara lain perusahaan perminyakan dan pertambangan lain, kimia, hutan, kertas, otomotif, penerbangan, agribisnis, tembakau dan rokok, produk makanan dan minuman, media dan komunikasi, energi (listrik), *enggenering*, kesehatan serta transportasi dan pariwisata. Sedangkan kelompok industri *low-profile* terdiri dari bangunan, keuangan dan perbankan, *supplier* peralatan medis, property, retailer, tekstil dan produk teksril, produk personal, dan produk rumah tangga.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility* (CSR).

Pengungkapan CSR diukur pengungkapan informasi CSR dalam *annual report* perusahaan atau CSR *disclosure* Indeks (CSRI). Metode pengumpulan data yaitu dengan sistem *checklist item* berdasarkan *annual report* sesuai dengan item-item yang sudah ditetapkan. Tujuh puluh delapan item tersedia kemudian disesuaikan dengan masing-masing sektor industri sehingga item pengungkapan yang diharapkan dari setiap sektor berbeda-beda.

Pendekatan untuk menghitung CSRI pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap

item CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan (Haniffa et al, 2005). Selanjutnya, skor dari setiap *item* dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan.

Rumus perhitungan CSRI adalah sebagai berikut (Haniffa et al, 2005):

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

$CSRI_j$: *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j

n_j : jumlah *item* untuk perusahaan j, $n_j \leq 78$

X_{ij} : *dummy variable*: 1 = jika *item* i diungkapkan; 0 = jika *item* i tidak diungkapkan Dengan demikian, $0 \leq CSRI_j \leq 1$

Formulasi model yang dipakai untuk analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = CSRI

X_1 = *Economic performance (market)*

X_2 = Size

X_3 = Profile

β = Koefisien Regresi

β_0 = Konstanta

ε = Kesalahan random

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah *economic performance* (return industri) dan *political visibility* (ukuran perusahaan dan tipe perusahaan) berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Hipotesis yang diuji dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji t. Uji t pada dasarnya menunjukkan apakah semua masing-masing variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

Pedoman yang digunakan untuk menerima atau menolak hipotesis, yaitu :

- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai p-value $>$ level of significant (α), maka H_0 diterima atau H_a ditolak.
- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai p-value $<$ level of significant (α), maka H_0 ditolak atau H_a diterima.

Tingkat signifikan yang digunakan adalah 0,05 yang lazim digunakan dalam penelitian ilmu-ilmu sosial.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis data dilakukan terhadap 32 sampel yang terpilih. Pengolahan data dilakukan terhadap indeks

pengungkapan sosial perusahaan dalam annual report. Statistik deskriptif variabel penelitian dapat dilihat pada Tabel IV.1 berikut:

Tabel IV.1. Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR PERUSAHAAN	32	,5256	,6923	,605722	,0470805
PROFILE PERUSAHAAN	32	0	1	,69	,471
asset	32	4,84	7,76	6,1515	,83393
return	32	3,77	7,40	5,3326	,80840
Valid N (listwise)	32				

Sumber : Data olahan

Dari Tabel IV.1 di atas, dapat diketahui bahwa nilai maksimum variabel asset, return, profile perusahaan dan CSR sebesar 7,76; 7,40; 1; dan 0,6923. Sedangkan nilai minimum variabel asset, return, profile perusahaan, dan CSR sebesar 4,84; 3,77; 0; dan 0,5256. Nilai mean variabel asset, return, profile perusahaan, dan CSR sebesar 6,1515; 5,3326; 0,69 dan 0,605722.

Hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *economic performance* dan *political visibility* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (tanggung jawab sosial perusahaan) dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi dianggap tepat dalam pengujian ini karena analisis regresi tidak hanya menentukan besarnya variabel independen, serta menunjukkan arah dari pengaruh tersebut. Ringkasan hasil pengujian dengan bantuan software SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 17.0 adalah seperti dalam Tabel IV.3 berikut.

Tabel IV.3 Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	B	t	Sig	Keterangan
H ₁ : <i>Economic Performance</i> berpengaruh secara positif terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	0,020	2,349	0,026	H ₁ diterima
H ₂ : Ukuran perusahaan (<i>size</i>) berpengaruh secara positif terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	0,018	2,198	0,036	H ₂ diterima
H ₃ : Tipe industri (<i>profile</i>) berpengaruh secara positif terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	0,031	2,355	0,026	H ₃ diterima

$Adjusted R^2$	= 0,550
R	= 0,742
F_{hitung}	= 11,420
F_{tabel}	= 2,92
$F_{sig.}$	= 0,000

Sumber: Data olahan

Berdasarkan Tabel IV.3 diatas, maka formulasi untuk analisis linear berganda pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$CSR = 0,363 + 0,020 EP + 0,018 SIZE + 0,031 PROVILE + \varepsilon$$

Dari hasil regresi diperoleh nilai *Adjusted R*² sebesar 0,550 yang berarti hanya 55% pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dipengaruhi oleh variabel *economic performance* dan variabel *political visibility*. Sedangkan 45% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak teramati dalam penelitian ini.

Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan (serentak) dilihat dari perbandingan F_{hitung} dengan F_{tabel} dapat diketahui pada *level of significant* 0,05 diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 11,420 sedangkan untuk nilai F_{tabel} 2,92 atau $F_{tabel} < F_{hitung}$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan (serentak) besarnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dipengaruhi oleh variabel *economic performance* dan *political visibility*.

Pengaruh variabel *economic performance* dan variabel *political visibility* terhadap *corporate social responsibility* akan dijelaskan sebagai berikut:

H₁: *Economic Performance* berpengaruh secara positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Dari tabel hasil regresi dapat dilihat besar t_{hitung} untuk pengujian hipotesis yaitu sebesar 2,349. Nilai t_{tabel} adalah 1,699. Dengan demikian, nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hal ini berarti bahwa penelitian ini berhasil menolak hipotesis nol. Dari tabel IV.3, koefisien regresi untuk *economic performance* yang diwakili return industri bertanda positif, yaitu sebesar 0,020. Tanda positif pada koefisien regresi ini menunjukkan arah hubungan positif antara *economic performance* yang diwakili return industri dengan pengungkapan informasi *corporate social responsibility*. Sedangkan, dari kolom *significant* diperoleh nilai 0,000. Angka ini lebih kecil dari α yang digunakan, yakni 0,05. Hal ini berarti ukuran perusahaan yang diwakili total assets signifikan pada level signifikansi 5 %.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Suratno, Darsono, 2006. Temuan ini juga sesuai dengan penelitian Bragdon dan Marlin dalam Suratno, Darsono (2006) yang menyatakan bahwa suatu tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) akan mengurangi resiko pada saat perusahaan yang bersangkutan memiliki *economic performance* yang baik. Al-Tuwajiri, et al. (2004) menemukan hubungan positif signifikan antara *economic performance* dengan *corporate social responsibility* khususnya pada tema lingkungan hidup.

H₂: Ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh secara positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Dari tabel hasil regresi dapat dilihat besar t_{hitung} untuk pengujian hipotesis yaitu sebesar 2,198. Nilai t_{tabel} adalah 1,699. Dengan demikian, nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hal ini berarti bahwa penelitian ini berhasil menolak

hipotesis nol. Dari tabel IV.3, koefisien regresi untuk ukuran perusahaan yang diwakili total assets bertanda positif, yaitu sebesar 0,018. Tanda positif pada koefisien regresi ini menunjukkan arah hubungan positif antara ukuran perusahaan yang diwakili total assets dengan pengungkapan informasi *corporate social responsibility*. Sedangkan, dari kolom *significant* diperoleh nilai 0,000. Angka ini lebih kecil dari α yang digunakan, yakni 0,05. Hal ini berarti bahwa ukuran perusahaan yang diwakili total assets signifikan pada level signifikansi 5 %.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Sembiring, 2005, dengan argumentasi bahwa semakin banyak jumlah aktiva perusahaan, maka semakin luas pengungkapan CSR yang dibuat perusahaan. Dan hasil penelitian mendukung hasil penelitian sebelumnya berkaitan dengan pengaruh *size* perusahaan terhadap pengungkapan CSR seperti Belkaoui dan Karpik (1989) dan Hackstone dan Milne (1996). Semua penelitian ini, secara umum menyatakan bahwa semakin besar perusahaan, maka pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) yang dibuat akan cenderung semakin luas.

H₃: Tipe industri (*profile*) berpengaruh secara positif terhadap pengungkapan *Corporate Social responsibility*.

Menurut Sembiring (2005), bahwa terdapat hubungan sistematis antara *profile* perusahaan dengan pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini dikaitkan dengan variasi dampak operasi perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat, sehingga hipotesis umumnya menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki dampak yang besar terhadap lingkungan dan masyarakat akan mengungkapkan lebih banyak informasi sosial.

Dari tabel IV.3, koefisien regresi untuk tipe industri perusahaan bertanda positif, yaitu sebesar 0,031. Tanda positif pada koefisien regresi ini menunjukkan arah hubungan positif antara tipe industri (*profile* perusahaan) dengan pengungkapan informasi *corporate social responsibility* pada *level of significant* 0,05, sehingga H₃ diterima. Temuan ini juga sesuai dengan penelitian Roberts (1992), Hackstone dan Milne (1996), Utomo (2000) yang menyatakan bahwa *profile* perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pengujian hipotesis 1 ditemukan bahwa *economic performance* yang diwakili return industri berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan informasi lingkungan. Tanda positif pada koefisien regresi ini (yaitu sebesar 0,020) menunjukkan arah hubungan positif antara *economic performance* yang diwakili return industri dengan pengungkapan informasi CSR. Hal ini berarti semakin besar return industri, semakin banyak informasi lingkungan yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Suratno, Darsono, 2006. Temuan ini juga sesuai dengan penelitian Bragdon dan Marlin dalam Suratno, Darsono (2006) yang menyatakan bahwa suatu tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) akan mengurangi resiko pada saat perusahaan yang bersangkutan memiliki *economic performance* yang baik. Al-Tuwajiri, *et al.* (2004) menemukan hubungan positif signifikan antara *economic performance* dengan *corporate social responsibility* khususnya pada tema lingkungan hidup.

Berdasarkan pengujian hipotesis 2 ditemukan bahwa ukuran perusahaan yang diwakili total assets berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan informasi lingkungan. Tanda positif pada koefisien regresi ini (yaitu sebesar 0,018) menunjukkan arah hubungan positif antara ukuran

perusahaan yang diwakili total assets dengan pengungkapan informasi CSR. Hal ini berarti semakin besar total assets, semakin banyak informasi CSR yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Sembiring, 2005, dengan argumentasi bahwa semakin banyak jumlah aktiva perusahaan, maka semakin luas pengungkapan CSR yang dibuat perusahaan. Dan hasil penelitian mendukung hasil penelitian sebelumnya berkaitan dengan pengaruh *size* perusahaan terhadap pengungkapan CSR seperti Belkaoui dan Karpik (1989) dan Hackstone dan Milne (1996). Semua penelitian ini, secara umum menyatakan bahwa semakin besar perusahaan, maka pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) yang dibuat akan cenderung semakin luas.

Berdasarkan pengujian hipotesis 3 ditemukan bahwa tipe industri yang diwakili *profile* perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan informasi lingkungan. Tanda positif pada koefisien regresi ini (yaitu sebesar 0,031) menunjukkan arah hubungan positif antara ukuran perusahaan yang diwakili total assets dengan pengungkapan informasi CSR. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Sembiring (2005), bahwa terdapat hubungan sistematis antara *profile* perusahaan dengan pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini dikaitkan dengan variasi dampak operasi perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat, sehingga hipotesis umumnya menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki dampak yang besar terhadap lingkungan dan masyarakat akan mengungkapkan lebih banyak informasi sosial. Temuan ini juga sesuai dengan penelitian Roberts (1992), Hackstone dan Milne (1996), Utomo (2000) yang menyatakan bahwa *profile* perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

B. Saran

Berdasarkan keterbatasan yang disadari oleh peneliti, maka disarankan penelitian atau studi mendatang hendaknya periode penelitiannya lebih dari satu tahun pengamatan. Periode penelitian yang lebih panjang akan memberikan kemungkinan yang lebih besar untuk memperoleh hasil yang lebih mendekati kondisi yang sebenarnya.

Lebih teliti dalam membaca informasi dalam laporan tahunan perusahaan sampel sehingga tidak ada informasi yang terlewatkan yang nantinya akan dimasukkan dalam perhitungan indeks pengungkapan informasi lingkungan. Selain itu, perolehan *adjust R²* hasil dari penelitian ini belum konkrit membuktikan argumen-argumen teoritis yang telah dipaparkan pada tinjauan pustaka. Sehingga penelitian di masa mendatang sangat dibutuhkan dengan memperbaiki segala keterbatasan penelitian baik yang telah maupun belum diungkapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Tuwajiri, S.A., Christesen, T.E. and Hughes. 2004. The Relations Among Environmental Disclosure, Environmental Performance, and Economic Performance: a Simultaneous Equation Approach. *Accounting, Organization and Society*. Vol.29,p.447-471.
- Anggraini, Reni Retno, 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan. *Simposium Nasional Akuntansi 9*. hal.1-
- Bambang. 2006. Pengaruh Size, Profitabilitas, Profile, dan Leverage Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Study Empiris Pada Perusahaan yang Listing di BEJ). *Skripsi Fakultas Ekonomi*. Universitas Riau.
- Ballabanis, Phillip and Lyall. Corporate Social Responsibility and Economic Performance in The Top British Companies: Are they Linked?. *European Business Review*. Vol. 98, No.1, 1998, pp. 25-44.
- Belkaoui, Ahmed and Philip G. Karpik. 1989. Determinants of the Corporate Decision to Disclosure Social Information. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol.2,No.1,p.36-51.

- Bondan Ignatius, Darsono, Mutmainah.S. Pengaruh Environmental Performance terhadap Environmental Disclosure dan Economic Performance. *Simposium Nasional Akuntansi 9*. Buku Direktori. 2007. Indonesia Capital Market Direction (ICMD).
- Hackstone, David and Markus J. Milne. 1996. Some Determinants of Social and Environmental Disclosure in New Zealand Companies. *Accounting Auditing and Accountability Journal*. Vol.9, No.1, p.77-108
- Komar, Seiful. 2004. Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial (Social Responsibility Accounting) dan Korelasinya dengan Akuntansi Islam. *Media Akuntansi*. Edisi 42/Tahun XI, hal.54-58.
- Mawar, Sari. 2006. Pengaruh Sikap Konsumen dalam Penerapan Program Corporate Social Responsibility terhadap Brand Loyalty Sabun Mandi Lifebuoy. Skripsi Universitas Brawijaya, Malang.
- Murtanto. 2006. Menciptakan Nilai Tambah Melalui Corporate Social Reporting. *Media Akuntansi*. Edisi 55.
- Pratisto, Arif. 2004. Cara Mudah Mengatasi Masalah Statistik dan Rancangan Percobaan dengan SPSS 12. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Santoso, Singgih. 2004. Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik Cetakan Keempat. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Satyo. 2005. "Pedoman GRI". *Media Akuntansi* Edisi 47/ Tahun XII. Hal 12-14
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods For Business*, Metodologi Penelitian untuk Bisnis. Buku dua. Edisi 4. Penerbit 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 8*. hal.379-395.
- Suratno, Darsono. 2006. Pengaruh *Environmental Performance* Terhadap *Environmental Disclosure* dan *Economic Performance*. *Simposium Nasional Akuntansi 9*.
- Susi. 2005. The relationship Between Environmental Performance and Financial Performance Amongst Indonesian Companies. *Simposium Nasional Akuntansi 8*. hal. 37-45.
- Suwaldiman.2000. Pentingnya Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan dalam Penetapan Tujuan Pelaporan Keuangan dalam Conceptual Framework Pelaporan Keuangan Indonesia. *JAAI*. Vol4, No.1, hal.68.
- Tsang, W. K. Erick. A Longitudinal Study of Corporate Social Reporting in Singapore. *Accounting Auditing and Accounting Journal*. Vol.11. No. 5, 1998, pp.624-623.
- Utomo, Muslim. 2000. Praktek Pengungkapan Sosial pada Laporan Tahunan. Perusahaan di Indonesia. *Simposium Nasional Akuntansi 3*.hal 99-122.
- Warta Ekonomi. 2006.
- Zuhroh, Sukmawati. 2003. Analisis Pengaruh Luas Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan terhadap Reaksi Investor. *Simposium Nasional Akuntansi 6, Surabaya*.hal.1315-1317.**