

Laporan Penelitian

PENGARUH KEPEMILIKAN MANAJEMEN, LEVERAGE,
PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP
PENGUNGKAPAN SOSIAL (*SOCIAL DISCLOSURE*) DALAM
LAPORAN KEUANGAN TAHUNAN PERUSAHAAN MANUFAKTUR
DI BURSA EFEK INDONESIA



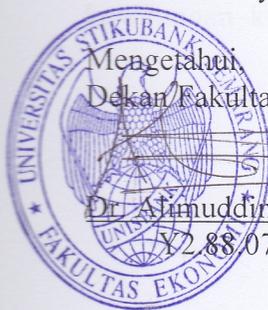
Oleh:

Elen Puspitasari, SE., MSi
Dr. Ceacilia Srimindarti, M.Si
Titik Suwarti, SE, M.Si, Ak.
Oktaviani Saputri MS (NIM: 10.05.52.0083)

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS STIKUBANK SEMARANG
2012

HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN PENELITIAN

1. Judul : PENGARUH KEPEMILIKAN MANAJEMEN, LEVERAGE, PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN SOSIAL (*SOCIAL DISCLOSURE*) DALAM LAPORAN KEUANGAN TAHUNAN PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BURSA EFEK INDONESIA
2. Bidang Penelitian : Akuntansi
3. Ketua Penelitian
- a. Nama : Elen Puspitasari, SE, Msi
 - b. Jenis Kelamin : Perempuan
 - c. NIDN : YU.2.10.07.081
 - d. Disiplin Ilmu : Akuntansi
 - e. Pangkat/Gol : IIIIB/ -
 - f. Jab. Fungsional : Asisten Ahli
 - g. Fakultas/Prodi : Ekonomi/ Akuntansi
 - h. Alamat Kantor : Jl. Kendeng V, Benda Ngisor, Semarang
 - i. Telp/ Faks/ e-mail : (024) 8414970/ 8441738
 - j. Alamat Rumah : Sronдол Asri H5 Semarang
 - k. Telepon : (024) 7471497
4. Jumlah Anggota : 2 orang
- a. Nama Anggota 1 : Dr. Ceacilia Srimindarti, Msi
 - b. Nama Anggota 2 : Titik Suwart, SE, MM., Ak
 - c. Nama Anggota 3 : Oktaviani Saputri MS
5. Lokasi Penelitian : Bursa Efek Indonesia (BEI) Jakarta
6. Jumlah Biaya : Rp. 3.000.000,00
- a. Dibiayai : Rp. 3.000.000,00
 - b. Biaya Mandiri : -



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Unisbank

Dr. Alimuddin Rizal R, MM
2.88.07.046

Semarang 16 Desember 2012

Ketua Peneliti

Elen Puspitasari, SE, Msi
YU.2.10.07.081



Mengetahui,
Ketua Pusat Penelitian dan Pengabdian
Kepada Masyarakat

Dr. Bambang Sudiyatno, MM
2.86.05.033

DAFTAR ISI

**PENGARUH KEPEMILIKAN MANAJEMEN, LEVERAGE,
PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP
PENGUNGKAPAN SOSIAL (*SOCIAL DISCLOSURE*) DALAM
LAPORAN KEUANGAN TAHUNAN PERUSAHAAN MANUFAKTUR
DI BURSA EFEK INDONESIA**

Abstract

Company's attention has been focused to the interests of stockholders, while the other party's interests are often ignored. There are several instances in Indonesia that can be widely known about the protest submitted by the public over the environmental pollution resulting from waste or pollution produced by the company to the environment. Financial statements-annual reports one of the accounting products have been intended as a management accountability to shareholders, but now need to extend this paradigm to be accountable to all stakeholders.

*This study is an empirical study conducted in manufacturing companies listed in IDX are intended to identify and examine the effect of management ownership, leverage, size, and profitability on social disclosure (*Sustainable Reporting*) in their annual reports during the period 2007-2010. The results of this study indicate that management ownership and leverage has no effect on the disclosure of social reporting in annual reports, whereas firm size and profitability have an influence on social disclosure in annual reports.*

This research is expected to provide benefits to several parties, namely the company can raise awareness of the importance of corporate social disclosure practices, and useful for investors to assist in investment decision-making process, and provide benefits for practitioners to improve company performance through the implementation of social disclosure and provide discourse for the government to require more social disclosure reports for the entire company.

Keywords: *Social Disclosure Reports, Management Ownership, Leverage, Size, Profitability.*

2.2. Laporan Pertanggungjawaban Sosial	11
2.3. Teori Legitimasi	14
2.4. Stakeholder Theory	16
2.5. Kepemilikan Manajemen	17

BAB I PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG MASALAH

Keterbukaan bagi setiap perusahaan merupakan suatu tuntutan pada saat ini dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di era globalisasi terutama bagi perusahaan yang telah *go public* di pasar modal (Norhadi dan Sabeni, 2002). Laporan keuangan merupakan alat yang digunakan oleh manajemen untuk melakukan pertanggungjawaban kinerja ekonomi perusahaan kepada para investor, kreditur, dan pemerintah.

Pusat perhatian perusahaan selama ini lebih tertuju kepada *stockholders*, sedangkan pihak lain sering diabaikan. Sebagai contoh terdapat beberapa kejadian di Indonesia dari masyarakat, seperti protes atas pencemaran lingkungan akibat limbah atau polusi yang dilepas oleh perusahaan ke lingkungan. Kejadian tersebut menyebabkan hubungan yang tidak harmonis antara perusahaan dengan lingkungan sosialnya. Dimana pada saat ini isu mengenai lingkungan sedang menjadi perhatian publik dan menjadi tanggung jawab bersama, termasuk perusahaan-perusahaan yang memiliki skala operasional yang besar. Masyarakat memerlukan informasi mengenai sejauh mana perusahaan telah melaksanakan aktivitas sosialnya berkaitan dengan lingkungan.

Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya terutama yang berkaitan dengan lingkungan.

Pertanggungjawaban Sosial (*Social Responsibility*) diartikan bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab pada tindakan yang memberikan pengaruh kepada konsumen, masyarakat, dan lingkungan (Ivancevic, 1992, dalam Rosmasita, 2007). Sejauh ini produk atau *outcome* dari akuntansi ditujukan sebagai suatu bentuk pertanggungjawaban manajemen hanya kepada pemilik saham, namun pada saat ini paradigma tersebut perlu diperluas menjadi pertanggungjawaban kepada seluruh *stakeholders*. Pertanggungjawaban sosial bukan merupakan fenomena sosial baru, melainkan merupakan akibat dari semakin meningkatnya isu lingkungan di akhir-akhir ini (Kumalahadi, 2000).

Standar Akuntansi Keuangan (SAK) yang dikeluarkan oleh Ikatan Akuntan Indonesia (IAI), sebagaimana tertulis dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 (Revisi 1998) paragraf kesembilan secara implisit menyarankan kepada perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab akan masalah lingkungan dan sosial. Pernyataan PSAK di atas merupakan manifestasi kepedulian akuntansi akan masalah-masalah sosial yang merupakan wujud pertanggungjawaban sosial perusahaan. Perusahaan juga dapat memberikan laporan suplemen, seperti laporan mengenai lingkungan hidup sebagai pernyataan tambahan terutama untuk industri di mana faktor lingkungan sosial memainkan peran penting bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan yang memainkan peran penting.

Pernyataan tersebut merupakan wujud kepedulian akuntansi terhadap masalah sosial sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), tetapi fenomena yang muncul telah menunjukkan bahwa masih ada perusahaan yang

pemerintah daerah, LSM, akademisi, organisasi profesi, dan pihak lain yang berkepentingan.

Penelitian ini merupakan studi empiris yang dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI yang ditujukan untuk mengidentifikasi dan menguji pengaruh kepemilikan manajemen, *leverage*, ukuran, dan profitabilitas terhadap pengungkapan sosial dalam laporan tahunan (*annual report*) selama periode 2007-2010.

1.2. PERUMUSAN MASALAH

Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang mengolah barang mentah menjadi barang jadi. Banyak stakeholders melakukan aksi protes kepada manajemen perusahaan menuntut keadilan terhadap kebijakan upah dan pemberian fasilitas kesejahteraan yang diterapkan perusahaan. Di pihak lain banyak masyarakat protes atas pencemaran lingkungan akibat limbah maupun polusi yang dilepas ke lingkungan. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk membuat informasi sejauh mana perusahaan melakukan aktivitas sosialnya. Dengan demikian perumusan masalah dalam penelitian ini adalah "bagaimanakah pengaruh kepemilikan manajemen, tingkat *leverage*, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap pengungkapan sosial?"

1.3. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan di atas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menguji apakah kepemilikan manajemen berpengaruh terhadap pengungkapan sosial.
2. Untuk menguji apakah tingkat *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan sosial
3. Untuk menguji apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan sosial.
4. Untuk menguji apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan sosial.

1.4. KONTRIBUSI PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Teoritis:
 - Memberikan gambaran tentang pola praktek pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur yang telah *go public* di Indonesia pada laporan tahunan mereka.
2. Praktisi:
 - Dapat memberikan manfaat bagi praktisi untuk meningkatkan kinerja perusahaan melalui pelaksanaan pengungkapan sosial.
 - Dapat meningkatkan kesadaran perusahaan akan pentingnya praktek pengungkapan sosial perusahaan.

1. Untuk menguji apakah kepemilikan manajemen berpengaruh terhadap pengungkapan sosial.
2. Untuk menguji apakah tingkat *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan sosial
3. Untuk menguji apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan sosial.
4. Untuk menguji apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan sosial.

1.4. KONTRIBUSI PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Teoritis:
 - Memberikan gambaran tentang pola praktek pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur yang telah *go public* di Indonesia pada laporan tahunan mereka.
2. Praktisi:
 - Dapat memberikan manfaat bagi praktisi untuk meningkatkan kinerja perusahaan melalui pelaksanaan pengungkapan sosial.
 - Dapat meningkatkan kesadaran perusahaan akan pentingnya praktek pengungkapan sosial perusahaan.

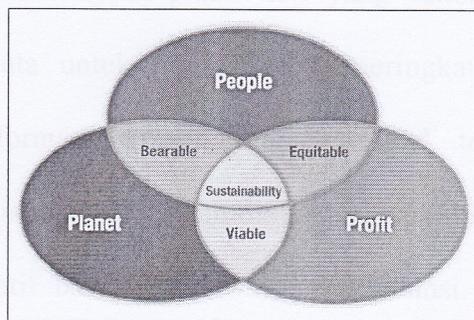
BAB II

TELAAH TEORITIS DAN *LITERATUR REVIEW*

2.1. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Gaung dari konteks tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) secara global mulai digunakan sejak tahun 1970-an dan semakin populer setelah kehadiran buku John Elkington (1998), yang berjudul *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line* dengan mengembangkan tiga penting komponen pembangunan berkelanjutan, yaitu pertumbuhan ekonomi, perlindungan lingkungan dan keadilan sosial, diusulkan dalam *World Commission on Environment and Development* (WCED) dalam Brundtland Report (1987), Elkington CSR (**Gambar. 1**) yang dikelompokkan ke dalam 3P (*Profit, Planet and People*). "Good companies are not just looking for purely economic gain (profit)."

Gambar 1.
3P



Sumber: Elkington, John. *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. New Society Publishers, 1998.

Pengungkapan tanggung jawaban Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara

sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Darwin, 2004 dalam Reni dan Retna, 2006).

Penerapan CSR dalam perusahaan diharapkan agar perusahaan selain memiliki komitmen finansial kepada pemilik atau pemegang saham (*shareholders*), juga memiliki komitmen sosial terhadap para pihak lain yang berkepentingan. Sehingga CSR dapat dijadikan salah satu bagian dari strategi bisnis perusahaan dalam jangka panjang.

Gray et.al.(1995) dalam Utomo, 2000 merangkum berbagai teori yang dapat dipergunakan untuk menjelaskan kecenderungan pengungkapan sosial dalam tiga kelompok utama, yaitu :

1. *Decision Usefulness Studies*

Sebagian dari peneliti yang menggunakan teori ini menemukan bukti bahwa informasi sosial dibutuhkan oleh para pemakai laporan keuangan.

Para analis, banker dan pihak lain yang dilibatkan dalam penelitian tersebut diminta untuk melakukan pemeringkatan terhadap informasi akuntansi. Informasi akuntansi tersebut tidak terbatas pada informasi akuntansi tradisional yang telah dikenal selama ini, namun juga informasi lain yang relatif baru dalam wacana akuntansi. Mereka menempatkan informasi aktivitas sosial perusahaan pada posisi yang moderety important.

2. *Economic Theory Studies*

Aliran studi disini menggunakan *agency theory* yang menganalogikan manajemen sebagai agen dari suatu *principal*. Lazimnya *principal* diartikan sebagai pemegang saham atau *traditional users* lain. Namun, pengertian *principal* tersebut diperluas menjadi seluruh *interest group* perusahaan yang bersangkutan. Sebagai agen, manajemen akan berupaya mengoperasikan perusahaan sesuai dengan keinginan publik.

3. *Social and Political Theory Studies*

Aliran studi ini menggunakan teori *stakeholders*. Teori *stakeholders* mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para *stakeholder*. Perusahaan tersebut mencari pembenaran dari para *stakeholders* dalam menjalankan operasi perusahaannya. Semakin kuat posisi *stakeholders*, semakin besar pula kecenderungan perusahaan mengadaptasi diri terhadap keinginan para *stakeholders*.

Tujuan dari CSR adalah untuk (a) meningkatkan citra perusahaan; (b) meningkatkan akuntabilitas organisasi atas dasar asumsi adanya kontrak sosial di antara organisasi dan masyarakat, keberadaan kontrak sosial ini menuntut diterapkannya akuntabilitas sosial; (c) perpanjangan dari pelaporan keuangan tradisional dan tujuannya adalah untuk memberikan informasi kepada investor. Bertanggungjawab sosial perusahaan (CSR) perlu diungkapkan dalam perusahaan sebagai wujud pelaporan tanggung jawab sosial kepada masyarakat.

Corporate Social Responsibility (CSR) telah diatur secara tegas di dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal dan Undang-

asasi manusia, (2) tanggung jawab produk, (3) manajemen karyawan, dan (4) kegiatan sosial.

2.3. Teori Legitimasi

Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang atau sekelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun non fisik. Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan ke depan. Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat (O'Donovan 2002). Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*).

Menurut definisi di atas, legitimasi merupakan suatu system pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah individu dan kelompok masyarakat. Oleh karena itu, operasi perusahaan sebagai suatu system yang mengedepankan keberpihakan terhadap *society* seharusnya bersinergi dengan harapan masyarakat. Legitimasi mengalami pergeseran sejalan dengan pergeseran pada masyarakat dan lingkungan, perusahaan harus dapat menyesuaikan pergeseran-pergeseran (perubahan) yang terjadi baik dalam produk, metode dan tujuan.

“Legitimacy theory is analysed from a managerial perspective in that it focuses on various strategies managers may choose to remain legitimate...” (Deegan et al 2002).

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI selama tahun 2007-2010. Dipilihnya satu kelompok industri, yaitu industri manufaktur sebagai populasi dimaksudkan untuk menghindari bias yang disebabkan oleh efek industri (*industrial effect*), selain itu sektor manufaktur memiliki jumlah terbesar dibandingkan sektor lainnya. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan kriteria: (a) perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama periode 2007-2010; (b) perusahaan tersebut menerbitkan laporan keuangan tahunan periode 2007-2010 berturut-turut, dan (c) memiliki laba positif.

3.2. Definisi dan Pengukuran Variabel

3.2.1. Pengungkapan informasi sosial

Pengukuran variabel ini dilakukan dengan mengukur pengungkapan sosial dalam laporan tahunan yang dilakukan dengan pengamatan mengenai ada tidaknya suatu item informasi yang ditentukan dalam laporan tahunan, apabila item informasi tidak ada dalam laporan keuangan maka diberi skor 0, dan jika item informasi yang ditentukan ada dalam laporan tahunan maka diberi skor 1. Metode ini sering dinamakan *Checklist data*. Pengungkapan sosial adalah data kuantitatif yang digunakan perusahaan berkaitan dengan aktivitas sosial yang