

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Laporan keuangan menjadi sarana komunikasi mengenai informasi keuangan dan hasil operasi perusahaan kepada pihak-pihak di luar perusahaan. Sebagai dasar pengambilan keputusan maka informasi yang disajikan dalam laporan keuangan harus dapat dipahami, dipercaya, relevan dan transparan. Untuk itu diperlukan pengungkapan (*disclosure*) yang memadai dalam laporan keuangan. Pengungkapan dalam laporan keuangan dibagi menjadi pengungkapan wajib (*mandatory*) dan pengungkapan sukarela (*voluntary*) (Syafitri, 2009).

Bagi pihak-pihak diluar manajemen suatu perusahaan, laporan keuangan merupakan jendela informasi yang memungkinkan mereka untuk mengetahui kondisi suatu perusahaan pada suatu masa pelaporan. Dimana informasi yang didapat dari suatu laporan keuangan perusahaan tergantung pada tingkat pengungkapan (*disclosure*) dari laporan keuangan yang bersangkutan. Pengungkapan informasi dalam laporan keuangan harus memadai agar dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan sehingga menghasilkan keputusan yang cermat dan tepat. Perusahaan diharapkan untuk dapat lebih transparan dalam mengungkapkan informasi keuangan perusahaannya, sehingga dapat membantu para pengambil keputusan seperti investor, kreditur, dan pemakai informasi lainnya dalam mengantisipasi kondisi ekonomi yang semakin berubah (Retrinasari dan Almilia, 2007).

Perusahaan dituntut untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya. Sejalan ini perkembangan akuntansi konvensional (*mainstream accounting*) telah banyak di kritik karena tidak dapat mengakomodir kepentingan masyarakat secara luas, sehingga muncul konsep akuntansi baru yang disebut sebagai *Social Responsibility Accounting* (SRA) atau Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial. Tanggungjawab sosial diartikan bahwa perusahaan mempunyai tanggungjawab pada tindakan yang mempengaruhi konsumen, masyarakat, dan lingkungan (Ivancevic, 1992) dalam Rosmasita (2007). Selama ini produk akuntansi dimaksudkan sebagai pertanggungjawaban manajemen kepada pemilik saham, kini paradigma tersebut diperluas menjadi pertanggungjawaban kepada seluruh *stakeholders*.

Standar Akuntansi Keuangan (SAK) yang dikeluarkan oleh Ikatan Akuntan Indonesia (IAI), sebagaimana tertulis dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 (Revisi 1998) paragraph kesembilan secara implisit menyarankan untuk mengungkapkan tanggung jawab akan masalah lingkungan dan sosial.

Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting. Pernyataan PSAK di atas merupakan manifestasi kepedulian akuntansi akan masalah-masalah sosial yang merupakan wujud pertanggungjawaban sosial perusahaan. Pertanggungjawaban sosial bukan merupakan fenomena sosial baru, melainkan merupakan akibat dari semakin

meningkatnya isu lingkungan di akhir 1980-an (Kumalahadi, 2000) dalam (Rosmasita, 2007).

Beberapa penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi luas pengungkapan sukarela pernah dilakukan oleh: Chow dan Wong-Boren (1987) (dalam Murtanto dan Elvina, 2005) melakukan penelitian terhadap praktek pengungkapan sukarela perusahaan Meksiko, dan menghubungkan luasnya ungkapan dengan variabel besar perusahaan, rasio ungkitan (*financial leverage*), dan proporsi aktiva. Hasil pengujian dengan regresi menunjukkan bahwa besar perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap luas ungkapan sukarela, sedangkan rasio ungkitan dan proporsi aktiva tidak memiliki pengaruh yang signifikan.

Cooke (1992) (dalam Murtanto dan Elvina, 2005) melakukan penelitian terhadap dampak besar perusahaan, status pendaftaran, dan tipe industri terhadap ungkapan (sukarela dan wajib) dalam laporan tahunan perusahaan Jepang yang tercatat di pasar modal. Hasil analisis menunjukkan bahwa besar perusahaan dan status pendaftaran merupakan variabel penting yang menjelaskan luas ungkapan dalam laporan tahunan. Perusahaan manufaktur secara signifikan mengungkapkan lebih banyak informasi daripada tipe perusahaan Jepang yang lain. Interaksi antara tipe industri dan status pendaftaran juga ditemukan signifikan.

Susanto (1994) (dalam Murtanto dan Elvina, 2005) meneliti luas ungkapan dalam laporan tahunan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Dengan alat analisis regresi linier berganda, diperoleh hasil bahwa luas ungkapan sukarela perusahaan dalam laporan tahunan adalah lebih besar untuk perusahaan

yang berbasis asing, untuk perusahaan yang mendaftarkan sahamnya sebelum Pakto 1987; luas ungkapan sukarela perusahaan dalam laporan tahunan tidak berkaitan dengan derajat batasan pemilikan saham oleh investor asing.

Meek *et al.* (1995) (dalam Murtanto dan Elvina, 2005) meneliti faktor faktor yang mempengaruhi ungkapan sukarela tiga tipe industri (strategik, non keuangan, dan keuangan) dalam laporan tahunan perusahaan multinasional U.S, U.K, dan Daratan Eropa. Hasil pengujian menunjukkan bahwa secara keseluruhan faktor-faktor yang menjelaskan luasnya ungkapan sukarela adalah besar perusahaan, negara asal perusahaan, status pendaftaran, dan tipe industri. Tingkat pentingnya masing-masing faktor bervariasi menurut tipe informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan.

Suripto (1998) dalam Murtanto dan Elvina (2005) menguji pengaruh karakteristik perusahaan terhadap luas ungkapan sukarela dalam laporan tahunan masih rendah, namun variasinya bersifat sistematis. Variasi besar perusahaan dan rencana penerbitan sekuritas secara statis signifikan mempengaruhi luas ungkapan sukarela perusahaan dalam laporan tahunan.

Penelitian-penelitian yang lain menguji pengaruh karakteristik perusahaan terhadap luas pengungkapan *mandatory voluntary* atau *agregat* baik dalam konteks nasional (Cooke 1989, 1992, 1993; Wallace dkk. 1994) maupun dalam konteks internasional (Meek dkk. 1995) (dalam Murtanto dan Elvina, 2005).

Penelitian mengenai pengaruh karakteristik perusahaan terhadap luas pengungkapan *mandatory* antara lain telah dilakukan oleh Wallace dkk. (1994) dan Subiyantoro (1997) (dalam Murtanto dan Elvina, 2005). Penelitian mengenai

pengaruh karakteristik terhadap luas pengungkapan *agregat* antara lain telah dilakukan oleh Cooke (1989, 1992, 1993) (dalam Murtanto dan Elvina, 2005).

Pada umumnya perusahaan yang besar mengungkapkan lebih banyak informasi dibanding perusahaan yang kecil. Terdapat beberapa penjelasan mengenai pengaruh size terhadap pengungkapan. Perusahaan besar mungkin mempunyai biaya produksi informasi yang lebih rendah atau mereka mempunyai biaya *competitive disavantage* lebih rendah yang berkaitan dengan pengungkapan mereka.

Hubungan profitabilitas dan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan memperlihatkan hasil yang sangat beragam. Akan tetapi Donovan dan Gibson (2000) (dalam Sembiring, 2005) menyatakan bahwa berdasarkan teori legitimasi, salah satu argumen dalam hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan tanggungjawab sosial adalah bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan.

Penelitian yang berkaitan dengan *profile* perusahaan kebanyakan mendukung bahwa industri *High-profile* mengungkapkan informasi tentang tanggungjawab sosialnya lebih banyak dari industri *low-profile*. Penelitian yang mendukung hubungan tersebut antara lain Hackston dan Milne (1996), Utomo (2000), Kokubuet *et. al.*, (2001), Murtanto dan Elvina (2005) dan Hasibulah (2001) (dalam Sembiring, 2005).

Menurut Belkaoui dan Karpik (1989) (dalam Sembiring, 2005) keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan. Sesuai dengan teori agensi yang terdiri dari teori agen (manajemen) dan teori prinsipal (pemegang saham *stockholder*) maka manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggungjawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debitholders*.

Perusahaan yang memiliki likuiditas tinggi diharapkan melakukan *disclosure* secara lebih luas. Alasan yang mendasari pengharapan itu adalah perusahaan yang *finansialnya* kuat dan lebih mengungkapkan secara luas. Dewasa ini perusahaan dituntut mementingkan kepentingan manajemen, pemilik modal (investor dan kreditor) Meskipun demikian, penelitian-penelitian yang berkaitan dengan pelaporan lingkungan (*environmental disclosure*) oleh perusahaan telah mengalami peningkatan yang signifikan sejak empat dekade terakhir. Secara umum penelitian-penelitian mengenai *environmental disclosure* difokuskan pada hubungan antara kinerja lingkungan dengan *environmental disclosure*, kualitas *environmental disclosure*, hubungan *environmental disclosure* dengan strategi, dan perbandingan pelaporan *environmental disclosure* antar negara (Nyquist, 2003; Atkinton, 1999 dalam Sembiring, 2005).

Mengacu pada keterbatasan pada penelitian Sembiring (2005) dan mencoba mengambil satu variabel yang digunakan pada penelitian Murtanto dan Elvina (2005), perbedaan penelitian ini bisa dilihat periode pengamatan yang digunakan, penelitian ini dilakukan untuk periode selama 3 tahun dan dilakukan

penambahan variabel indikator untuk karakteristik perusahaan yaitu rasio likuiditas. Alasan penambahan variabel ini, karena ada penelitian terdahulu yang menambahkan variabel ini dalam model penelitian, rasio ini menggambarkan kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendek. Rasio likuiditas juga mencerminkan kesehatan suatu perusahaan, semakin bagus kesehatan perusahaan semakin tinggi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial. Sehingga dapat dihubungkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial. Berdasarkan uraian yang dikemukakan, penulis memberikan judul untuk penelitian ini **“Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Studi Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia)”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan dalam pendahuluan, perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh size perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
2. Bagaimana pengaruh profitabilitas perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
3. Bagaimana pengaruh *profile* perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
4. Bagaimana pengaruh *Leverage* perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?

5. Bagaimana pengaruh rasio likuiditas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk memperoleh bukti empiris *size* perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
2. Untuk memperoleh bukti empiris *profitabilitas* perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
3. Untuk memperoleh bukti empiris *profile* perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
4. Untuk memperoleh bukti empiris *Leverage* perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
5. Untuk memperoleh bukti empiris rasio likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis dan praktis.

1. Bagi pengembangan ilmu pengetahuan
Untuk memberikan kontribusi pada pengembangan teori, terutama kajian akuntansi keuangan mengenai karakteristik perusahaan dan konsekuensinya terhadap luas pengungkapan sukarela pada laporan keuangan.

2. Bagi investor

Dapat dipakai untuk mengetahui prediksi dan ramalan yang menghasilkan *probabilitas* yang memuaskan dan mendekati kenyataan tentang kepedulian dan tanggung jawab sosial (*environmental disclosures*) perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEJ.

3. Bagi para profesional

Memberikan wacana tentang pentingnya pengungkapan sosial dalam laporan tahunan, terutama perusahaan manufaktur yang ada di Indonesia untuk memperhatikan lingkungan alam di sekitar perusahaan mereka, dalam rangka menjaga alam dan juga untuk mencapai *competitive advantage* di dunia bisnis.