

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 LATAR BELAKANG PENELITIAN

Secara umum tujuan untuk mendirikan perusahaan adalah untuk menghasilkan laba yang maksimal bagi pemiliknya. Motivasi untuk menghasilkan laba yang maksimal inilah yang kemudian seringkali menjadi alasan bagi perusahaan untuk bersikap egois dengan mengabaikan masyarakat, serta cenderung untuk bersikap lalai akan dampak negatif yang ditimbulkan oleh aktivitasnya. Perusahaan seakan menghalalkan diri untuk merusak lingkungan dan mengabaikan masyarakat demi mencapai tujuan utamanya, profit yang maksimal.

Sikap egois perusahaan di Indonesia sendiri masih cenderung tinggi. Akibatnya kesadaran perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya kepada publik pun masih tergolong rendah. Hal ini bisa dipahami karena sebagai bangsa yang berkembang. Perusahaan di Indonesia pun masih mengkonsentrasikan prioritasnya pada usaha pemenuhan pokok perusahaan, profit. Fenomena ini sesuai dengan **Teori Hierarki Kebutuhan Maslow** yang menyatakan bahwa individu harus memenuhi kebutuhan tingkat rendahnya, sebelum beranjak ke jenjang yang lebih tinggi, yaitu pemenuhan kebutuhan tingkat tingginya. Organisasi menyerupai individu dalam perkembangan dan pertumbuhannya. Setelah kebutuhan dasarnya, yaitu kebutuhan ekonomi atau profit, sudah terpenuhi, maka organisasi barulah akan mencoba untuk memenuhi kebutuhannya yang lebih tinggi, yaitu kebutuhan sosial dan penghargaan.

Perusahaan seringkali menyikapi tanggung jawab sosial dengan *liabilities* ketimbang *asset* yang menjadi daya dukung keunggulan bersaing. Perusahaan tidak memakai aksi tanggung jawab sosialnya secara strategis melalui upaya yang

sistematis, bervisi jelas, dan berkelanjutan untuk menopang strategi bersaing perusahaan.

Padahal, dalam kenyataannya, perusahaan – perusahaan visioner yang mampu bertahan puluhan bahkan ratusan tahun, seperti Merck dan Ford, menyatakan bahwa masyarakat dan pengembangan kehidupan manusia berada diatas laba dalam mengukur keberhasilan perusahaan. Perusahaan – perusahaan sekelas General Motor dan Hewlett Packard juga dengan jelas menyatakan bahwa *core ideology* perusahaan mereka adalah sebuah tujuan yang nilainya melebihi dari sekedar memperoleh uang, yaitu memberikan kehidupan yang lebih baik bagi manusia (**Collins dan Porras, Built To Last, 1999**). Hal ini menjadi bukti bahwa penentu sustainabilitas sebuah perusahaan bukan hanya tergantung *shareholders* – nya, tapi juga tergantung pada *stakeholders*-nya.

Masih mengutip **Collins dan Porras** dalam **Built To Last, 1999**. *Core Ideology* perusahaan – perusahaan visioner tersebut memang bisa dikatakan dengan doktrin sekolah bisnis yang menganggap bahwa memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham atau memaksimalkan laba sebagai tenaga pendorong dominan atau tujuan utama dari perusahaan. Perusahaan – perusahaan visioner tersebut cenderung mengejar sekelompok tujuan dimana laba hanya merupakan salah satu tujuannya. Bukan satu – satunya tujuan.

**Collins dan Porras** dalam bukunya yang berjudul **Built To Last** juga mengemukakan sebuah ide menarik yang disebut dengan “*SI dentitus dun*” dalam buku ini dinyatakan bahwa anggapan perusahaan bahwa mereka mengalami sebuah dilemma dalam memilih antara profit atau masyarakat sangatlah tidak masuk akal. Dalam kenyataannya perusahaan bisa mendapatkan keduanya, profit dan masyarakat. Perusahaan bisa memperoleh laba tanpa mengabaikan kepentingan masyarakat.

Tanggung jawab sosial perusahaan sendiri masih menjadi bahan perdebatan antar kelompok ahli atau pelaku bisnis, *Philipines Business For Social Progress* dalam *Seminar Corporate Social Responsibility Indonesia* yang diadakan oleh LEAD Indonesia pada tanggal 15 Maret 2005, mengemukakan dua pandangan mengenai

sebuah entitas bisnis yaitu **The Business of business is business** yang memandang bahwa perusahaan tidak memiliki tanggung jawab lain, selain menghasilkan profit yang maksimal bagi perusahaan, pandangan yang kedua yaitu **The Business of Business must also to be ensure long term development and sustainability** yang memandang bahwa perusahaan bukan hanya bertanggung jawab kepada *shareholders*-nya, tetapi juga pada *stakeholders*-nya, dengan cara memberikan sumbangsih kepada para *stakeholders*-nya.

Peningkatan kesadaran public akan pentingnya peran perusahaan dalam menciptakan berbagai masalah dalam bidang sosial dan lingkungan, sedikit demi sedikit telah menggeser paradigma perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Paradigma perusahaan mulai bergeser dari *the human exceptionalism* yaitu sebuah pandangan yang menganggap bahwa manusia sebagai makhluk yang unik dan kebebasannya tidak dibatasi oleh kepentingan makhluk lain, ke arah paradigma *the new environment* yang menganggap bahwa manusia mempunyai keterkaitan dan ketergantungan pada makhluk dan lingkungan sekitarnya (**Harahap dan Rusmanto 2004**).

Tuntutan publik yang semakin besar terhadap perusahaan untuk menyediakan informasi keuangan dan non keuangan yang berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya secara terbuka juga menjadi tekanan tersendiri bagi perusahaan untuk mau tidak mau, selain memperhatikan *the bottom line*, yaitu laba, tapi juga memperhatikan *the two other bottom line*, yaitu tanggung jawab lingkungan dan sosial.

Sesungguhnya, pengungkapan kinerja perusahaan baik dari segi sosial maupun lingkungan memiliki posisi yang sama dengan pengungkapan kinerja dari segi finansial, yaitu sumber informasi bagi investor untuk melakukan keputusan bisnisnya secara rasional. Publik tidak lagi bisa menerima bahwa maksimalisasi laba merupakan satu – satunya alasan kenapa sebuah entitas bisnis didirikan dan bukan tidak mungkin, suatu kelalaian terhadap masalah lingkungan ataupun sosial bisa menjadi ancaman bagi keberlangsungan perusahaan itu sendiri.

Menurut **Henny dan Murtanto (2001)** seperti yang dikutip oleh **Abdul Hasyir, (2003)**, akuntansi sosial merupakan upaya perusahaan dalam melakukan pertanggung jawaban sosial pada masyarakat.

Demikian halnya akuntansi konvensional, akuntansi sosial pun pada akhirnya akan membentuk suatu mekanisme pelaporan yang merupakan output dari penerapan tanggung jawab sosial perusahaan. Untuk pelaporannya dapat dilakukan dengan berbagai media pengungkapan.

Dasar dari pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ini adalah **Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) no 1 th 2004 (revisi)** yang menyebutkan bahwa :

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 dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting.

Informasi mengenai tanggung jawab sosial sendiri diperlukan oleh pihak investor untuk menentukan risiko dan hasil yang melekat pada investasi yang dilakukannya. Salah satu risiko yang melekat adalah risiko mengenai dampak sosial dan aktivitas operasi yang dilaksanakan oleh perusahaan (**Utomo, 2000**). Investor menyadari, bahwa perusahaan yang mengabaikan tanggung jawab sosialnya memiliki potensi menghadapi tuntutan dari masyarakat atau bahkan sanksi berupa penutupan usaha oleh pemerintah.

Kasus ditutupnya PT. Inti Indorayon akibat pencemaran lingkungan yang dilakukannya menjadi sebuah contoh nyata bahwa sikap lalai perusahaan akan tanggung jawab sosialnya akan membuat kelangsungan perusahaan tersebut menjadi terancam.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan **Bowman dan Haire** dalam **Abdul Hasyir (2003)** yang mengemukakan bahwa semakin tinggi laba perusahaan, maka semakin tinggi pula tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukannya.

Sebaliknya, semakin rendah laba yang didapat perusahaan, semakin rendah pula tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukannya.

Hasil yang dikemukakan Bowman dan Haire sejalan dengan *teori Hierarki kebutuhan Maslow*. Ketika mencapai laba yang tinggi perusahaan yang menyerupai individu dalam perkembangannya dianggap sudah mampu untuk memenuhi kebutuhan tingkat rendahnya, yaitu laba, sehingga akan berusaha untuk memenuhi kebutuhan tingkat selanjutnya, yaitu kebutuhan sosial serta kebutuhan akan adanya penghargaan. Perwujudan pemenuhan kebutuhan tingkat tinggi ini diantaranya direalisasikan melalui laporan yang lebih transparan sehingga tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan pun akan cenderung lebih baik.

Sebaliknya perusahaan dengan laba yang rendah akan lebih memfokuskan pada usaha pemenuhan kebutuhan pokoknya yaitu laba. Sehingga tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial pun akan cenderung lebih rendah.

Berbeda menurut *Tears legitimacy* yang diungkapkan oleh **Donovan** dan **Gibson** dalam **Sembiring 2005**, yang menyatakan bahwa hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial adalah bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan menganggap tidak perlu melaporkan hal – hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Sebaliknya, pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca *good news* kinerja perusahaan misalnya dalam lingkup sosial dan dengan demikian investor akan tetap berinvestasi di perusahaan tersebut.

Penelitian – penelitian lain pun menunjukkan hasil yang beragam, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Freedman dan Ulman (1986), Hackston dan Milne (1996) menemukan bahwa tidak ada hubungan antara kedua variabel tersebut. Sedangkan Gray et al. (2001) menemukan hubungan yang bervariasi setiap tahun untuk kedua variabel tersebut.

Berdasarkan beberapa hasil penelitian empiris di Indonesia menunjukkan bahwa perusahaan masih sangat rendah dalam melakukan pengungkapan aspek sosial ( Utomo,2000). didukung penelitian **Rofikah Rokhim** (ekonom bisnis Indonesia) yang dikutip **Darwin (2004)** yang menyatakan pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan yang terdaftar di BEI mempunyai rata – rata pengungkapan tanggung jawab sosial sebesar 33,96% yang tergolong masih rendah. Selain itu apa yang dilaporkan dan diungkapkan sangat beragam sehingga menyulitkan pembaca laporan untuk mengevaluasi. Akan tetapi perusahaan yang melakukan pengungkapan sosial akan memperoleh manfaat seperti mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan, mereduksi resiko bisnis, memperbaiki hubungan dengan *stakeholder*, memperbaiki hubungan dengan regulator, dan peluang mendapatkan penghargaan **Hasibuan (2001)**.

Penelitian terdahulu yang merupakan referensi penelitian ini dengan judul “Pengaruh Laba Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Laporan Tahunan Perusahaan *High Profile* yang terdaftar di BEJ” oleh Anna Mariana nomor B1A 03017 Universitas Padjadjaran menemukan bahwa kinerja ekonomi/profitabilitas yang diproksi dengan net profit margin, menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Perbedaan penelitian ini dengan Anna Mariana adalah dalam desain penelitiannya dan proksinya. Diantaranya adalah proksi penelitian ini menggunakan laba per lembar saham sedangkan Anna Mariana menggunakan proksi net profit margin, juga perbedaan dalam pemilihan sample dan edisi laporan tahunan yang digunakan Anna Mariana tahun 2005 sedangkan penelitian ini menggunakan laporan tahun 2007 – 2009 , dalam penelitian ini lebih mengarahkan penelitian pada perusahaan – perusahaan manufaktur. Sedangkan Anna Mariana melakukan penelitian hanya terhadap perusahaan high profile

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk mengambil judul “ **HUBUNGAN LABA DENGAN PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PADA LAPORAN TAHUNAN BEBERAPA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI**”

## **1.2 IDENTIFIKASI MASALAH**

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis mengidentifikasi masalah untuk mengetahui :

1. Bagaimana Laba perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI, yang diukur dengan *Earnings per Share* (EPS)
2. Bagaimana pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI
3. Apakah terdapat hubungan antara laba dengan pengungkapan tanggung jawab sosial pada laporan tahunan beberapa perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI

## **1.3 MAKSUD DAN TUJUAN PENELITIAN**

Maksud penelitian ini yaitu untuk menganalisis data atau keterangan yang diperlukan dalam penulisan karya ilmiah berbentuk skripsi guna memenuhi syarat dalam menempuh ujian sarjana. Selain itu maksud dari penelitian ini adalah untuk memahami dan mengetahui sejauh mana penerapan ilmu yang penulis pelajari pada kenyataannya.

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui Laba perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI, yang diukur dengan *Earnings per Share* (EPS)
2. Mengetahui pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI

3. Mengetahui apakah terdapat hubungan antara laba dengan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial pada laporan tahunan beberapa perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI

#### **1.4 KEGUNAAN PENELITIAN**

##### **1. Bagi Penulis**

Diharapkan melalui penelitian ini, penulis mampu untuk lebih memahami mengenai perkembangan akuntansi sosial, pertanggung jawaban sosial serta pengungkapannya.

##### **2 Bagi Emiten**

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan serta saran kepada emiten mengenai pentingnya pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan serta pengungkapannya dalam laporan tahunan perusahaan.

##### **3 Bagi Rekan – rekan**

Diharapkan dapat dijadikan sumbangan bagi dunia ilmu pengetahuan agar dapat berguna bagi mereka yang memerlukannya terutama rekan – rekan mahasiswa

#### **1.5 KERANGKA PEMIKIRAN**

Ada 3 alasan penting mengapa kalangan dunia usaha harus merespon dan mengembangkan isu tanggung jawab sosial atau yang lebih dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* sejalan dengan operasi usahanya. Yang pertama perusahaan adalah bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat, kedua kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan simbiosis mutualisme, ketiga *Corporate Social Responsibility* merupakan salah cara untuk meredam bahkan menghindari konflik sosial

Sebagaimana diketahui bahwa lingkungan ekonomi, lingkungan sosial dan lingkungan hidup merupakan hasil kontrak sosial individu dengan masyarakat. Ketika

perusahaan didirikan, mereka telah mengikat kontrak dengan masyarakat. Kepentingan perusahaan tidak terbatas pada kepentingan ekonomi semata, tapi juga mencakup faktor sosial dan lingkungan.

Dalam praktiknya, aktivitas perusahaan dalam usahanya menghasilkan laba yang maksimal bagi pemiliknya seringkali membawa perusahaan ke dalam keegoisan dengan mengabaikan kepentingan para *stakeholders*-nya dan lebih memilih untuk memakmurkan *shareholders*-nya.

Semakin tingginya tuntutan publik akan tanggung jawab perusahaan dalam penciptaan dampak negatif kehidupan sosial dan lingkungan hidup telah menggeser konsep bisnis yang ada. Perusahaan bukan hanya dituntut untuk memberikan pertanggung jawaban kepada *shareholders*-nya tapi juga kepada para *stakeholders*-nya.

Masih terfokusnya akuntabilitas akuntansi pada kepentingan *shareholders* menimbulkan sebuah dilemma bagi perusahaan yang membuat banyak perusahaan gagal dalam merespon tuntutan *stakeholders* yang merupakan *critical factor* dalam penentuan kesuksesan perusahaan. Padahal, kegagalan dalam merespon perhatian *stakeholders* dapat menimbulkan konflik dan isu publik yang serius sehingga dapat menimbulkan perspektif dan reputasi yang buruk bagi perusahaan, yang berarti juga mengancam keberlangsungan perusahaan (Baskoro,2006,11).

Berdasarkan penelitian Sembiring pada tahun 2005, profile perusahaan yang merupakan salah satu komponen karakteristik perusahaan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pandangan kedua menyebutkan bahwa perusahaan dengan laba yang tinggi justru akan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya secara lebih baik dibandingkan dengan perusahaan dengan laba yang rendah. Hal ini dimungkinkan karena perusahaan dengan laba yang tinggi sudah mampu memenuhi kebutuhan tingkat rendahnya dan berusaha memenuhi kebutuhan tingkat selanjutnya yang diwujudkan dalam pengungkapan informasi yang lebih transparan, diantara dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Sedangkan perusahaan dengan laba yang rendah cenderung untuk melakukan tingkat pengungkapan yang lebih rendah karena fokus perusahaan masih pada usaha pemenuhan kebutuhan utamanya, profit, dan belum akan beranjak untuk memenuhi kebutuhan tingkat selanjutnya sebelum kebutuhan utamanya itu tercukupi.

Informasi laporan keuangan yang terdapat pada laporan tahunan perusahaan memuat data historis dalam penilaian dan peramalan analisis investasi. Khususnya menggambarkan kinerja perusahaan dan biasanya diindikasikan kinerja perusahaan yaitu laba perusahaan. Laba atau profit merupakan indikasi kesuksesan suatu badan usaha walaupun tidak semua perusahaan menjadikan laba sebagai tujuan utamanya, tetapi usahanya akan memerlukan laba.

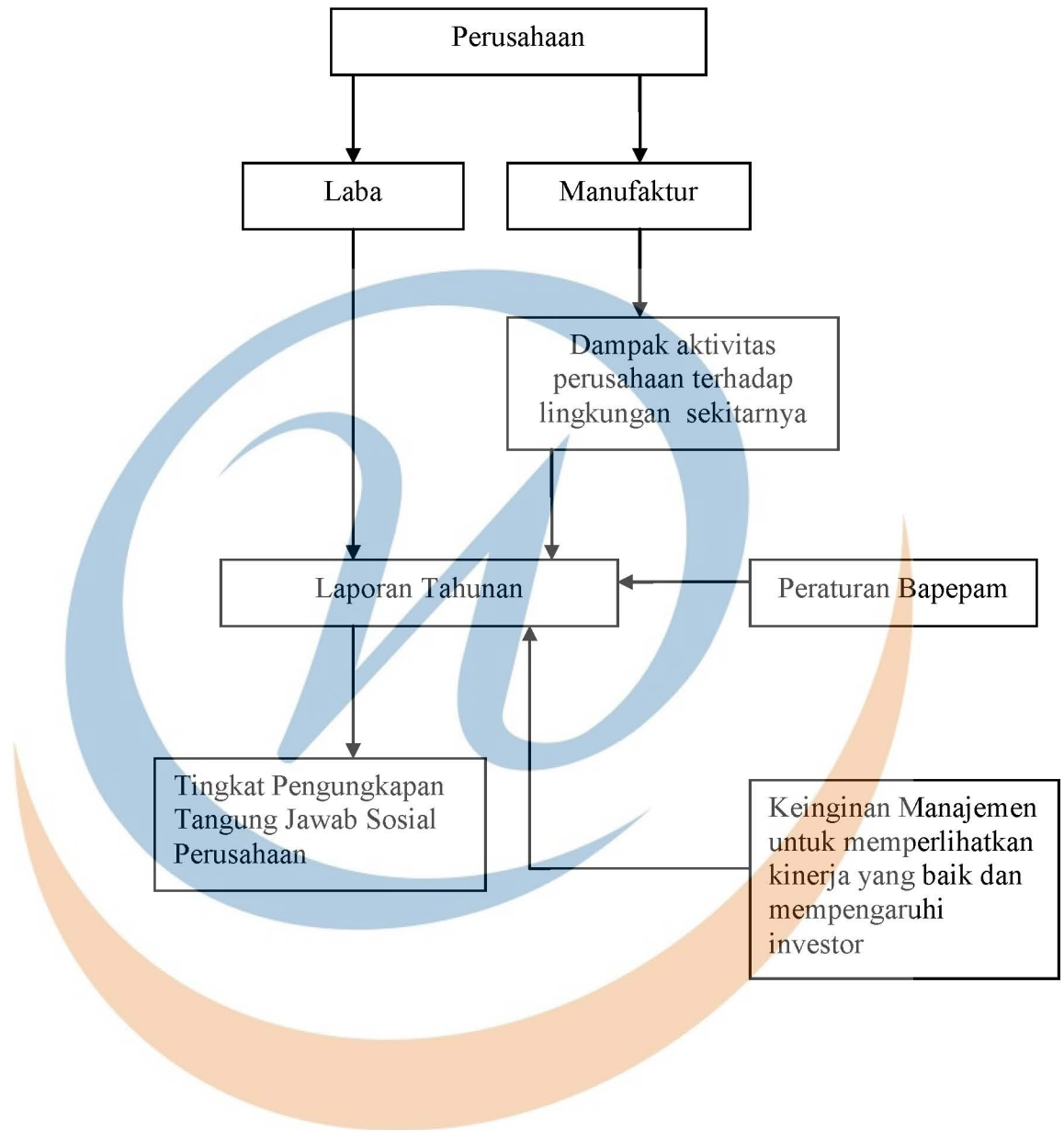
Berbagai alasan perusahaan dalam melakukan pengungkapan informasi *Corporate Social Responsibility* secara sukarela telah diteliti dalam penelitian sebelumnya, diantaranya adalah karena untuk menaati peraturan yang ada, untuk memperoleh keunggulan kompetitif melalui penerapan *Corporate Social Responsibility*, untuk memenuhi ekspektasi masyarakat, untuk melegitimasi tindakan perusahaan dan untuk menarik investor (Deegan dan Blomqvist, 2001; Hasnas,1998;Ullman 1989; Patten,1992; dalam Basamallah et all, 2005)

Idealnya, pengungkapan tanggung jawab yang dilakukan perusahaan harus mencukupi dan mampu mengakomodir kebutuhan para pengguna laporan serta menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Pengungkapan tanggung jawab sosial ini juga harus mudah dipahami serta menggambarkan keadaan yang sebenarnya.

Berdasarkan uraian kerangka pemikiran tersebut diatas, penulis mengemukakan hipotesis sebagai berikut :

**“ Terdapat Hubungan Antara Laba dengan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial “**

**Gambar 1.1**  
**Bagan Kerangka Pemikiran**



## **1.6 METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, yaitu suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang **(M. Nazir 2003; 54)**

Jenis dan sumber data yang penulis pergunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah data sekunder, yaitu data yang didapatkan dari laporan tahunan yang diterbitkan oleh beberapa perusahaan manufaktur dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan primer dengan studi ke lapangan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah melalui studi dokumen, mendapatkan, serta mengumpulkan data – data yang berkaitan dengan masalah yang akan dibahas. Selain itu, penulis juga melakukan studi kepustakaan melalui jurnal – jurnal ilmiah serta referensi lain yang dapat digunakan sebagai landasan teoritis penelitian ini

## **1.7 LOKASI DAN WAKTU PENELITIAN**

Penelitian dilakukan di Bursa Efek Indonesia untuk memperoleh laporan tahunan para emiten. Sedangkan waktu penelitian diperkirakan dilakukan mulai bulan April 2010

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Konsep Dasar Akuntansi

Akuntansi adalah suatu proses mencatat, mengklarifikasi, meringkas, mengolah dan menyajikan data. Transaksi serta kejadian yang berhubungan dengan keuangan sehingga dapat digunakan oleh orang yang menggunakannya dengan mudah dimengerti untuk pengambilan suatu keputusan serta tujuan lainnya

Menurut *American accounting association (AAA)*. Akuntansi merupakan :

“Proses mengidentifikasi, mengukur dan melaporkan informasi ekonomi, untuk memungkinkan adanya keputusan dan penilaian yang jelas dan tegas bagi mereka yang menggunakan informasi tersebut”.

Definisi akuntansi menurut **Warren dkk (2005:10)** secara umum akuntansi dapat didefinisikan sebagai sistem informasi yang menghasilkan laporan kepada pihak – pihak yang berkepentingan mengenai aktivitas ekonomi dan kondisi perusahaan.

Definisi akuntansi menurut **APB statement no. 14** dalam **(Muhammad 2008:10)** Akuntansi sebagai suatu kegiatan jasa yang berfungsi untuk memberikan informasi kuantitatif, umumnya dalam ukuran uang, mengenai suatu badan ekonomi yang dimaksudkan untuk digunakan dalam pengambilan keputusan ekonomi.

Definisi akuntansi menurut **C. Wesr Churchman (2002;15)** : akuntansi sebagai pengalaman tertulis yang berguna untuk pengambilan keputusan.

Definisi akuntansi menurut *American Institute of Certified Public Accountan* Akuntansi adalah seni pencatatan, penggolongan dan pengikhtisaran dengan cara tertentu dan dalam ukuran moneter, transaksi dan kejadian – kejadian yang umumnya bersifat keuangan dan termasuk menafsirkan hasil – hasilnya

Definisi akuntansi menurut **Widjaya Tunggal (1997;1)**: Akuntansi seringkali dinyatakan sebagai bahasa perusahaan (*language of business*) yang berguna untuk memberikan informasi yang dapat digunakan dalam proses pengambilan keputusan. Informasi ini merupakan data yang disajikan/diperoleh perusahaan yang bersifat keuangan dan dinyatakan dalam istilah – istilah moneter

Akuntansi merupakan salah satu system informasi yang menyangkut data ekonomi dan keuangan. Informasi akuntansi diperlukan sebagai dasar pengambilan keputusan ekonomi, dengan informasi akuntansi, perusahaan dapat mengetahui berapa hasil usaha dan keadaan keuangannya. Selanjutnya informasi akuntansi diperlukan sebagai alat pengawasan dan perencanaan. Akuntansi dirancang sedemikian rupa agar informasi yang dicatat diolah menjadi informasi yang berguna.

**Ahmad Riahi dan Belkaoui (2006:270 – 292)** mendefinisikan mengenai dalil – dalil dan konsep teoritis akuntansi sebagai berikut :

Dalil – dalil Akuntansi:

1. Dalil Entitas

Akuntansi mengukur hasil dari operasi entitas tertentu, yang terpisah dan berbeda dari pemilik entitas tersebut. Dalil entitas menganggap bahwa setiap perusahaan adalah suatu unit akuntansi yang terpisah dan berbeda dari pemiliknya dan dari perusahaan lainnya.

2. Dalil Kelangsungan Usaha

Dalil kelangsungan usaha menganggap bahwa entitas bisnis akan melanjutkan operasinya cukup lama untuk merealisasikan proyek, komitmen dan aktivitas yang berkelanjutan.

3. Dalil Unit Pengukuran

Dalil unit pengukuran menganggap bahwa akuntansi dalam proses pengukuran dan pengkomunikasian aktivitas perusahaan yang dapat diukur dalam satuan mata asing.

4. Dalil Periode Akuntansi

Dalil periode akuntansi menganggap bahwa laporan keuangan yang menggambarkan perubahan kekayaan dalam perusahaan, sebaiknya diungkapkan secara periodic.

## Konsep Teoritis dari Akuntansi

### 1. Teori Kepemilikan

Teori kepemilikan entitas adalah agen, perwakilan, dan pengaturan dimana wirausahawan individual atau pemegang saham beroperasi. Sudut pandang dari kelompok pemilik sebagai pusat kepentingan dicerminkan dalam cara – cara dimana catatan akuntansi disimpan dan laporan keuangan disusun.

### 2. Teori Entitas

Teori entitas memandang entitas sebagai suatu yang terpisah dan berbeda dari menyediakan modal dari entitas laba tersebut.

### 3. Teori Dana

Dalam teori dana, dasar akuntansi bukanlah pemilik maupun entitas melainkan sekelompok aktiva dan kewajiban serta pembatasan yang terkait, yang disebut dana yang mengatur penggunaan aktiva tersebut.

## 2.2 PERUSAHAAN

### 2.2.1 Pengertian Perusahaan

Menurut UU RI No. 21 Tahun 2000 tentang Serikat Pekerja/Serikat Buruh, Perusahaan adalah setiap bentuk usaha yang berbadan hukum atau tidak, milik perorangan, persekutuan atau badan hukum, baik milik swasta maupun milik negara, yang mempekerjakan pekerja/buruh dengan memberi upah atau imbalan dalam bentuk yang lain.

Pada ketentuan umum Undang – undang tersebut disebutkan bahwa pengertian dari perusahaan adalah :

- a. Setiap bentuk usaha yang berbadan hukum atau tidak, milik perorangan, persekutuan atau badan hukum, baik milik swasta maupun milik negara yang mempekerjakan pekerja/buruh dengan memberi upah atau imbalan dalam bentuk yang lain.

- b. Usaha – usaha sosial dan usaha – usaha lain yang mempunyai dan mempekerjakan orang lain dengan membayar upah atau imbalan dalam bentuk lain.

Sedangkan menurut kamus bahasa Indonesia (Departemen Pendidikan Indonesia), perusahaan adalah suatu lembaga yang bergerak dalam bidang usaha (dagang, industri, peternakan, pertanian atau perkebunan, pemberian jasa, hotel dsb)

### 2.2.2 Tujuan Perusahaan

Secara umum tujuan didirikannya sebuah perusahaan adalah untuk menghasilkan laba yang maksimal bagi pemiliknya, Tujuan inilah yang selama bertahun – tahun menjadi doktrin disekolah – sekolah bisnis, bahwa tujuan satu – satunya perusahaan adalah mencapai laba semaksimal mungkin dan memakmurkan para *shareholdernya*.

Namun, seiring dengan munculnya berbagai dampak negative yang ditimbulkan oleh operasi perusahaan, pendapat ini mulai ditolak oleh masyarakat. Masyarakat mulai menuntut perusahaan untuk tidak hanya mementingkan kepentingan *shareholdernya* semata, tapi juga kepentingan masyarakat yang ikut menanggung dampak negative yang ditimbulkannya.

Sayangnya, perusahaan seringkali menyikapi tanggung jawab sosial sebagai *liabilities* ketimbang *asset* yang menjadi daya dukung keunggulan bersaing. Perusahaan tidak memaknai aksi tanggung jawab sosialnya secara strategis melalui upaya yang sistematis, bervisi jelas, dan berkelanjutan untuk menopang strategi bersaing perusahaan, serta hanya menganggap bahwa tanggung jawab sosial perusahaan sebuah *cost center* yang harus dihindari.

Padahal dalam kenyataannya, perusahaan – perusahaan yang mampu bertahan, puluhan tahun justru menganggap bahwa laba bukanlah tujuan utama suatu bisnis. Mereka menganggap bahwa laba adalah faktor penting yang menjamin kesinambungan usaha mereka, akan tetapi, bukan satu – satunya faktor yang dapat menjamin keberlangsungan usaha mereka.

Mengutip **Collins dan Porras** dalam **Built To Last**, 1999, *Core Ideology* perusahaan – perusahaan visioner yang mampu bertahan puluhan tahun bisa dikatakan berlawanan dengan doktrin yang menganggap bahwa memaksimalkan laba atau memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham sebagai tenaga pendorong dominant atau tujuan utama dari perusahaan. Perusahaan – perusahaan visioner tersebut cenderung mengejar sekelompok tujuan dimana laba hanya merupakan salah satu tujuannya. Bukan satu – satunya tujuan.

## 2.3 LABA

### 2.3.1 Pengertian Laba

Menurut **Sofyan Syafrie Harahap (2004:58)** menjelaskan laba adalah :

Ada tiga definisi yang akan kita lihat di bawah ini: Definisi *committee on terminology*, *APB statement*, *FASB statement* ketiganya memiliki sudut pandang yang berbeda beda.

***Committee on terminology* mendefinisikan laba sebagai jumlah yang berasal dari pengurangan harga pokok produksi, biaya lain dan kerugian dari penghasilan atau penghasilan operasi.**

**Menurut *APB statement* mengartikan laba sebagai kelebihan penghasilan diatas biaya selama satu periode akuntansi**

***FASB statement* mendefinisikan *accounting income* atau laba akuntansi sebagai perubahan dalam *equity (net asset)* dari suatu entity selama suatu periode tertentu yang diakibatkan oleh transaksi dan kejadian atau peristiwa yang berasal bukan dari pemilik**

Sedangkan pendapat lainnya mengatakan Laba adalah kenaikan modal (Aktiva Bersih) yang berasal dari transaksi sampingan atau transaksi yang jarang terjadi dari suatu badan usaha, dan dari semua transaksi atau kejadian lain yang mempunyai badan usaha selama satu periode, kecuali yang timbul dari pendapatan (*revenue*) atau investasi pemilik (**Baridwan, 1992; 55**).

Pengertian laba secara umum adalah selisih dari pendapatan di atas biaya – biayanya dalam jangka waktu (periode) tertentu. Laba sering digunakan sebagai suatu dasar untuk pengenaan pajak, kebijakan deviden, pedoman investasi serta pengambilan keputusan dan unsur prediksi (**Harnanto**, 2003;444).

Laba atau rugi sering dimanfaatkan sebagai ukuran untuk menilai prestasi perusahaan atau sebagai dasar penilaian yang lain, seperti laba per lembar saham. Unsur – unsur yang menjadi bagian pembentuk laba adalah pendapatan dan biaya. Dengan mengelompokkan unsur – unsur pendapatan dan biaya, akan dapat diperoleh hasil pengukuran laba yang berbeda antara lain : laba kotor, laba operasional, laba sebelum pajak dan laba bersih.

Pengukuran laba bukan saja penting untuk menentukan prestasi perusahaan tetapi penting juga sebagai informasi bagi pembagian laba dan penentuan kebijakan investasi. Oleh karena itu, laba menjadi informasi yang dilihat oleh banyak orang seperti profesi akuntansi, pengusaha, analis keuangan, pemegang saham, ekonom, fiskus dan sebagainya (**Harahap**, 2001; 259). Hal ini menyebabkan adanya berbagai definisi untuk laba.

### **2.3.2 Jenis – jenis Laba**

Jenis laba menurut **Stice** dan **Kawan – kawan** (2004:241) yang diterjemahkan oleh tim Salemba Empat dalam kaitannya dengan perhitungan laba – rugi, terdiri atas :

1. Laba Kotor

Laba kotor adalah pendapatan dikurangi harga pokok penjualan

2. Laba Operasional

Laba operasional merupakan hasil dari aktivitas – aktivitas yang termasuk rencana perusahaan, merupakan laba kotor dikurangi beban operasi

3. Laba Sebelum Pajak

Laba sebelum pajak merupakan laba operasi ditambah hasil – hasil biaya di luar operasi biasa atau laba operasi ditambah pendapatan dan keuntungan lain

– lain dikurangi beban dan kerugian lain – lain. Bagi pihak – pihak tertentu terutama dalam hal pajak, angka ini adalah yang terpenting karena jumlah ini menyatakan laba yang pada akhirnya dicapai perusahaan

#### 4. Laba Setelah Pajak atau Laba Bersih

Laba bersih merupakan perkiraan laba ditahan. Dari perkiraan laba ditahan itu akan diambil sejumlah hasil tertentu untuk dibagikan sebagai deviden untuk dibagikan kepada para pemegang saham

#### Metode Perhitungan *Profitabilitas* Perusahaan

Menurut **Darsono** dan **Ashari** (2005:56-59) metode perhitungan *profitabilitas* perusahaan dapat dilakukan dengan berbagai cara, yaitu :

1. *Gross Profit Margin* (GPM) atau margin keuangan kotor, dicari dengan penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan dibagi penjualan bersih. Rasio ini berguna untuk mengetahui keuntungan kotor perusahaan dari setiap barang yang dijual. Jadi dapat diketahui untuk setiap barang yang dijual. Jadi dapat diketahui untuk setiap barang yang dijual, perusahaan memperoleh keuntungan kotornya sebesar x rupiah.
2. *Net Profit Margin* (NPM), rasio ini menggambarkan besarnya laba bersih yang diperoleh oleh perusahaan pada setiap penjualan yang dilakukan.
3. *Return On Asset* (ROA), merupakan salah satu rasio untuk mengukur *profitabilitas* perusahaan, yaitu merupakan perbandingan antara laba bersih dengan rata – rata total aktiva.
4. *Return On Equity* (ROE) merupakan salah satu rasio untuk besarnya kembalian yang diberikan oleh perusahaan untuk setiap modal dari pemilik
5. *Earning per Share*(EPS) merupakan alat analisis yang dipakai untuk melihat keuntungan dengan dasar saham adalah *earning per share* yang dicari dengan laba bersih dibagi saham yang beredar. Rasio ini menggambarkan besarnya pengembalian modal untuk setiap satu lembar saham

6. *Payout Ratio* (PR) merupakan rasio yang menggambarkan presentasi dividen kas yang diterima oleh pemegang saham terhadap laba bersih yang diperoleh perusahaan.
7. *Retention Ratio* (RR) merupakan ratio yang menggambarkan presentase laba bersih yang digunakan untuk penambahan modal perusahaan.
8. *Productivity Ratio* (PR) merupakan ratio yang menggambarkan operasional perusahaan dalam menjual dengan menggunakan aktiva yang dimiliki.

### 2.3.3 *Earning Per Share (EPS)*

Jika suatu perusahaan memiliki saham istimewa (*preferred stock*) dan saham biasa (*common stock*), dividen untuk saham istimewa yang dibayarkan pada tahun berjalan dikurangi dari laba bersih yang tersedia untuk saham biasa. EPS hanya dihitung untuk saham biasa saja

Adapun rumus untuk menghitung EPS adalah sebagai berikut :

$\frac{\text{Net income} - \text{Preffered Dividen}}{\text{Weighted average of common shares outstanding}} = \text{EPS}$
--

Menurut PSAK 56, Laba Per Saham (LPS) adalah jumlah laba pada suatu periode yang tersedia untuk setiap saham biasa yang beredar selama periode pelaporan.

Dimaksud dengan saham biasa adalah instrument ekuitas yang memiliki hak sisa atas kekayaan (residu) setelah hak instrument – instrument ekuitas lainnya.

Sedangkan yang dimaksud dengan saham utama adalah saham yang memberikan hak istimewa kepada pemegangnya untuk menerima pembagian dividen lebih dulu dari pemegang saham.

## 2.4 TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN

### 2.4.1 Sejarah *Corporate Social Responsibility*

Embrio CSR lahir ketika di tahun 1960 – 1976 negara – negara berkembang bersama *Western Union* dan aktivis sosial menyerukan perlunya suatu “*New Intenational Economic Order*” yang mengatur lebih ketat aktivitas korporasi trans nasional. Apalagi ketika Presiden Chili ketika itu, Salvador Allende, delapan bulan sebelum kematiannya mengingatkan sidang umum Perserikatan Bangsa – Bangsa (PBB) bahwa pemerintahnya yang terpilih secara demokratis akan digulingkan oleh korporasi trans – nasional Amerika, ITT (*International Telegraph and Telephone Company*) dengan dukungan *Central Intelligence Agency* (CIA), Allende mengaku memiliki dan siap membeberkan dokumen berisi 18 rencana aksi ITT dan CIA. Kesaksian tersebut menggemparkan dunia usaha Amerika, ketidakpercayaan publik atas korporasi meluas ke setiap ujung bumi. CSR semakin menemukan landasan moralnya. Tuntutan publik akan korporasi yang ketat bagi korporasi juga semakin besar.

Menurut **Joel Makower** dalam *Business for Social Responsibility* (1994), CSR atau bisnis yang mengutamakan tanggung jawab sosial disajikan sebagai cara untuk menyeimbangkan kepentingan bisnis dan kepentingan masyarakat tanpa intervensi pemerintah lebih jauh ke dalam ruang pasar global. Artinya, CSR diharapkan mampu mencapai sukses komersil dimana penghormatan atas nilai – nilai etik dan penghargaan akan martabat manusia, komunitas dan lingkungan hidup dijunjung tinggi. Berangkat dari premis dasar korporasi bahwa semua perusahaan pasti memproduksi dampak sosial dan gangguan lingkungan hidup, maka orientasi mencari keuntungan yang diukur dengan nilai uang tanpa memperhatikan keseimbangan kepentingan masyarakat dan lingkungan hidup dalam perspektif CSR adalah kegagalan korporasi itu sendiri.

“Hukum CSR” inilah rupanya yang dipegang teguh oleh raksasa korporasi Wal-Mart. Maka tak heran meski telah menjadi raja bisnis dunia, Wal-Mart masih saja

berinovasi dengan membuat sebuah rencana strategis yang visioner. Dalam sebuah ceramah bisnis pada 24 Oktober 2005 lalu. Lee Scott, CEO. Wal-Mart menegaskan bahwa perusahaannya berkomitmen pada dunia “*to making zero waste*” Artinya Wal-Mart akan menggunakan 100% energi yang dapat diperbaharui dan menjual produk – produk berkelanjutan. Kecerdasan Lee rupanya berpijak pada keyakinan dan prinsipnya dalam berusaha. ” *No CEO wants to hurt society or leave legacy of environmental destruction*”, katanya.

#### **2.4.2 Pengertian Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Dalam bahasa sederhana, *CSR* mengandung pengertian bahwa perusahaan atau korporasi harus bertanggung jawab atas dampak – dampak atas operasi yang dilakukannya terhadap aspek ekonomi atau pasar, sosial dan lingkungan hidup menjadi “tetangga yang baik” dengan memeberikan maslahat kepada masyarakat den sebagai warga korporasi yang baik menyumbang pada aspek berkelanjutan.

Pertanggungjawaban 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).

**Budimanta, dan kawan – kawan (2004;72) menurut Trinidad and Tobacco Bureau of Standards (TTBS)**

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan diartikan sebagai komitmen usaha untuk bertindak etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komuniti local dan masyarakat secara lebih luas.

**Iriantara (2004;49) menurut World Business Council For Sustainable Development**

Mendefinisikan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai komitmen berkelanjutan kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberikan sumbangan pada pembangunan ekonomi sekaligus memperbaiki moto hidup

angkatan kerja dan keluarganya serta komunitas local dan masyarakat secara keseluruhan

Menurut **Kotler dan Nancy (2005:4)**

*“Corporate Social Responsibility adalah komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan mengkontribusikan sebagian sumber daya perusahaan”*

Beberapa negara juga ikut mendefinisikan **CSR**, diantaranya sebagai berikut :

1. *CSR is about giving capacity building for sustainable livelihoods/respects cultural differences and find the business opportunities in building the skills of employee, the community and the government (Ghana)*
2. *CSR is about business giving back to community (Phillipina)*
3. *CSR has been defined much more in term of philanthropic model, companies make profit, unhindered except by fulfilling their duty to pay taxes. Then they donate a certain share of the profit to charitable causes. It is seen as tainting the act for the company to receive any benefit from giving (US).*

(World Business Council for Sustainable Development, 2002)

Berdasarkan definisi diatas, CSR dapat diartikan sebagai salah satu bentuk kepedulian perusahaan yang bermotifkan amal dan rasa kemanusiaan kepada masyarakat dan lingkungan sekitar. Salah satu bentuk kepedulian perusahaan ini adalah dengan menyisihkan sebagian keuntungan yang didapatkan perusahaan untuk kemudian disumbangkan kepada masyarakat dan lingkungan sekitar tersebut. Tidak ada pengertian tunggal yang secara komprehensif bisa diterima secara universal dalam mendefinisikan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan/*Corporate Social Responsibility* beberapa definisi CSR di bawah ini menunjukkan keragaman pengertian CSR menurut berbagai organisasi, antara lain sebagai berikut : (Kotler, 2008; Sukada dan Jalal, 2008)

1. International Finance Corporation

CSR adalah komitmen dunia bisnis untuk memberi kontribusi terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui kerjasama dengan karyawan, keluarga mereka, komunitas local dan masyarakat luas untuk meningkatkan kehidupan mereka melalui cara – cara yang baik bagi bisnis maupun pembangunan

2. Institute of chartered Accountants, England and Wales

Jaminan bahwa organisasi – organisasi pengelola bisnis mampu memberi dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan, seraya memaksimalkan nilai bagi para pemegang saham mereka

3. Canadian Government

Kegiatan usaha yang mengintegrasikan ekonomi, lingkungan dan sosial ke dalam nilai, budaya, pengambilan keputusan, strategi dan operasi perusahaan yang dilakukan secara transparan dan bertanggung jawab untuk menciptakan masyarakat yang sehat dan berkembang.

4. CSR Asia

Komitmen perusahaan untuk beroperasi secara berkelanjutan berdasarkan prinsip ekonomi, sosial dan lingkungan, seraya menyeimbangkan berbagai kepentingan para *stakeholders*.

Pengertian CSR menjadi sangat beragam seiring dengan perkembangannya.

Dari berbagai versi pengertian yang ditampilkan tersebut diatas, terdapat suatu konsep pengertian yang sama yaitu tentang bagaimana pihak perusahaan berupaya untuk mencari keseimbangan antara bertujuan mencari profit dari kegiatan operasional bisnisnya, dan disamping itu merupakan aspek kewajibannya untuk memperhatikan aspek tanggung jawab sosialnya serta menjaga kelestarian lingkungan. Pada intinya CSR merupakan operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara financial, melainkan pula untuk pembangunan sosial – ekonomi kawasan secara holistic, melembaga dan berkelanjutan.

Perusahaan yang menjalankan model bisnisnya dengan berpijak pada prinsip – prinsip etika bisnis dan manajemen pengelolaan sumber daya alam yang *strategic* dan *sustainable* akan dapat menumbuhkan citra positif serta mendapatkan kepercayaan dan dukungan dari masyarakat **Wibisono (2007:66)**

### 2.4.3 ISO 26000

Bulan September 2004, ISO (*International Organization for Standardization*) sebagai induk organisasi standarisasi internasional, berinisiatif mengundang berbagai pihak untuk membentuk tim (*Working Group*) membidani lahirnya panduan dan standarisasi untuk tanggung jawab sosial yang diberi nama ISO 26000, *Guidence Standard on Social Responsibility*

Pengaturan untuk kegiatan ISO dalam tanggung jawab sosial terletak pada pemahaman umum bahwa *sustainability reporting* (SR) adalah sangat penting untuk kelanjutan suatu organisasi, pemahaman tersebut tercermin pada dua sidang yaitu *Rio eaeth summit on the environment* tahun 1992 dan *World Summit on Sustainable Development* (WSSD) tahun 2002 yang diselenggarakan di Afrika Selatan.

Pembentukan ISO 26000 ini diawali ketika pada tahun 2001 badan ISO meminta ISO on Consumer Policy (COPOLOO) merundingkan penyusunan standar *Corporate Social Responsibility*. Selanjutnya badan ISO tersebut mengadopsi laporan COPOLOO mengenai pembentukan *strategic advisory group on social responsibility* pada tahun 2002. pada bulan Juni 2004 diadakan *conference* bagi negara – negara berkembang. Selanjutnya di tahun 2004 bulan Oktober, *New York Item Proposal* (NWIP) diedarkan kepada seluruh negara anggota kemudian dilakukan *voting* pada bulan Januari 2005 dimana 29 negara menyatakan setuju, sedangkan 4 negara tidak. Dalam hal ini terjadi perkembangan dalam penyusunan tersebut dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi *Social Responsibility* (SR) saja. Perubahan ini, menurut komite bayangan dari Indonesia disebabkan karena pedoman ISO 26000 diperuntukan bukan hanya bagi korporasi tetapi bagi semua bentuk organisasi, baik swasta maupun public.

ISO 26000 menyediakan standar pedoman yang memberikan informasi mengenai tanggung jawab sosial suatu institusi yang mencakup swasta maupun public ataupun badan privat baik di negara berkembang maupun negara maju. Dengan ISO 26000 ini akan memberikan tambahan nilai terhadap aktivitas tanggung jawab sosial yang berkembang saat ini dengan cara :

1. Mengembangkan suatu konsep terhadap pengertian tanggung jawab sosial dan isunya.
2. Menyediakan pedoman tentang prinsip – prinsip menjadi kegiatan – kegiatan yang efektif.
3. Memilah praktek – praktek terbaik yang sudah berkembang dan dikembangkan untuk kebaikan komunitas atau masyarakat internasional

Apabila hendak mengenal pemahaman yang digunakan oleh para ahli yang menggodok ISO 26000 *Guidance Standard on Social Responsibility* yang secara konsisten mengembangkan tanggung jawab sosial maka SR akan mencakup tujuh isu pokok yaitu :

1. Pengembangan masyarakat konsumen
2. Konsumen
3. Praktek kegiatan institusi yang sehat
4. Lingkungan
5. Ketenagakerjaan
6. Hak asasi manusia
7. *Organizational Governance*

ISO 26000 menterjemahkan tanggung jawab sosial sebagai tanggung jawab suatu organisasi atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku yang transparan yang :

1. Konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat
2. Memperhatikan kepentingan para *stakeholder*
3. Sesuai hukum yang berlaku dan konsisten dengan peraturan yang ditetapkan secara internasional

4. terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi, dalam pengertian ini meliputi hak kegiatan, produk maupun jasa.

Berdasarkan konsep ISO 26000, penerapan *Social Responsibility* hendaknya terintegrasi diseluruh aktivitas organisasi yang mencakup lingkungan dan kepentingan *stakeholder* dengan demikian jika suatu perusahaan hanya memperhatikan seperti aspek lingkungan, maka perusahaan tersebut belum melaksanakan tanggung jawab sosial, misalnya perusahaan sangat peduli terhadap lingkungan, namun perusahaan tersebut masih belum memperhatikan untuk meningkatkan keterampilan karyawannya dan dengan tidak menyebutkan secara khusus program perusahaan berkaitan dengan kepentingan dan peningkatan kemampuan karyawan. Maka berdasarkan konsep ISO sesungguhnya perusahaan tersebut belum melaksanakan tanggung jawab sosialnya secara utuh.

Prinsip – prinsip dasar tanggung jawab sosial yang menjadi dasar bagi pelaksanaan yang menjiwai atau menjadi informasi kegiatan tanggung jawab sosial menurut ISO 2600 meliputi :

1. Kepatuhan kepada hukum
2. Menghormati instrument/badan – badan internasional
3. Menghormati *stakeholders* dan kepentingannya
4. Akuntabilitas
5. Transparan
6. Perilaku yang beretika
7. Melakukan tindakan pencegahan
8. Menghormati dasar – dasar hak asasi manusia

#### 2.4.4 Aktivitas dan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Lima aktivitas *Corporate Social Responsibility* Wibisono (2007 ; 119) dari Prince of Wales International Business Forum :

1. *Building Human Capital*

Secara internal perusahaan dituntut untuk menciptakan SDM yang handal. Secara eksternal, perusahaan dituntut untuk melakukan pemberdayaan masyarakat biasanya melalui *community development*.

2. *Strengthening Economic*

Perusahaan dituntut untuk tidak menjadi kaya sendiri sementara komunitas di lingkungannya miskin, mereka harus memberdayakan ekonomi sekitar

3. *Assesing Social Chesion*

Perusahaan dituntut untuk menjaga keharmonisan masyarakat sekitarnya agar tidak menimbulkan konflik.

4. *Encouraging Good Governance*

Dalam menjalankan bisnisnya perusahaan harus menjalankan tata kelola dengan baik.

5. *Protecting the Environment*

Perusahaan berupaya keras menjaga kelestarian lingkungan

Program *Corporate Social Responsibility*. Kotler dalam buku "*Corporate Social Responsibility : Doing The most Good for your Company*" menyebutkan beberapa bentuk program *Corporate Social Responsibility* yang dapat dipilih yaitu :

a. *Cause Promotions*

Dalam *cause promotions* ini perusahaan berusaha untuk meningkatkan *awarenees* mengenai suatu *issue* tertentu, dimana *issue* ini tidak harus berhubungan atau berkaitan dengan lini bisnis perusahaan dan kemudian perusahaan mengajak masyarakat untuk menyumbangkan waktu, dana dan atau benda mereka untuk membantu mengatasi atau mencegah permasalahan tersebut. Dalam *cause promotions* ini perusahaan, perusahaan bebas bisa melaksanakan programnya secara sendiri ataupun bekerja sama dengan

lembaga lain. Misalnya LSM ataupun *non government organization* lainnya. *Cause promotions* dapat dilakukan dalam bentuk meningkatkan *awareness* dan *concern* masyarakat mengenai suatu *issue* tertentu di masyarakat, mengajak masyarakat untuk mencari tahu secara lebih mendalam mengenai suatu *issue* tertentu di masyarakat. Mengajak orang untuk ikut berpartisipasi dalam penyelenggaraan event tertentu, misalnya : mengikuti gerak jalan, menandatangani petisi dll.

b. *Cause Related Marketing*

Perusahaan akan mengajak masyarakat untuk membeli atau menggunakan produknya, baik itu barang atau jasa dimana sebagian dari keuntungan yang didapat perusahaan akan didonasikan untuk mengatasi atau mencegah masalah tertentu. *Cause related marketing* dapat berupa setiap barang yang terjual maka sekian persen akan didonasikan, setiap pembukaan rekening atau *account* baru maka, maka beberapa rupiah akan didonasikan.

c. *Corporate Social Marketing*

Dilakukan di perusahaan dengan tujuan untuk mengubah perilaku masyarakat dalam suatu *issue* tertentu. Biasanya *Corporate Social Marketing*, berfokus pada bidang – bidang yaitu kesehatan, misalnya : mengurangi kebiasaan merokok, HIV/AIDS, kanker dll. Bidang keselamatan misalnya : keselamatan berkendara, pengurangan senjata api dll. Bidang lingkungan hidup misalnya : konservasi air, polusi, pengurangan penggunaan pestisida. Bidang masyarakat misalnya : memberikan suara dalam pemilu, menyumbangkan darah, perlindungan hak – hak binatang.

d. *Corporate Philantrophy*

Dilakukan oleh perusahaan dengan memberikan kontribusi/sumbangan secara langsung dalam bentuk dana, jasa atau alat kepada pihak yang membutuhkan baik itu lembaga, perorangan ataupun kelompok tertentu. *Corporate Philantrophy* dapat dilakukan dengan menyumbangkan uang secara langsung misalnya, memberikan beasiswa kepada anak – anak yang tidak mampu.

Memberikan barang misalnya, memberikan bantuan alat – alat tulis untuk anak – anak yang belajar di sekolah – sekolah terbuka. Memberikan jasa misalnya, memberikan bantuan imunisasi kepada anak – anak di daerah terpencil. Memberi ijin untuk menggunakan fasilitas atau jalur distribusi yang dimiliki oleh perusahaan misalnya, sebuah hotel menyediakan ruangan khusus untuk menjadi ruang pameran bagi produk – produk kerajinan tangan rakyat setempat.

e. *Corporate Volunteering*

*Community volunteering* adalah bentuk CSR dimana perusahaan mendorong atau mengajak karyawannya ikut terlibat dalam program CSR yang sedang dijalankan dengan jalan mengkontribusikan waktu dan tenaganya. Beberapa bentuk *Community volunteering* yaitu, perusahaan mengorganisir karyawannya untuk ikut berpartisipasi dalam program CSR yang sedang dijalankan oleh perusahaan misalnya, sebagai staff pengajar. Perusahaan memberikan motivasi dan informasi kepada karyawan untuk ikut serta dalam program – program CSR yang sedang dijalankan oleh lembaga – lembaga lain, dimana program – program CSR tersebut disesuaikan dengan minat dan bakat karyawan. Memberikan kesempatan kepada karyawan untuk mengikuti kegiatan CSR pada jam kerja, dimana karyawan tersebut tetap mendapat gajinya. Memberikan bantuan dana ke tempat – tempat dimana karyawan terlibat dalam program CSR-nya, banyaknya dana yang disumbangkan tergantung pada banyaknya jam yang dihabiskan karyawan untuk melakukan perubahan terhadap salah satu atau keseluruhan system kerjanya agar dapat mengurangi dampak buruk terhadap lingkungan dan masyarakat. *Socialy Responsible Business*, dapat dilakukan dalam bentuk, memperbaiki proses produksi misalnya, melakukan penyaringan terhadap limbah sebelum dibuang ke alam bebas, untuk menghilangkan zat – zat yang berbahaya bagi lingkungan, menggunakan pembungkus yang dapat didaur ulang, menghentikan produk – produk yang dianggap berbahaya tetapi tidak

illegal. Hanya menggunakan distributor yang memenuhi persyaratan dalam menjaga lingkungan hidup. Membuat batasan umur dalam melakukan penjualan misalnya, barang – barang tertentu tidak akan dijual kepada anak yang belum berumur 18 tahun.

#### **2.4.5 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Pengungkapan (*disclosure*) didefinisikan sebagai sejumlah penyediaan informasi yang dibutuhkan untuk mengoperasikan secara optimal pasar modal efisien (Hendriksen, 2002).

Secara sederhana pengungkapan dapat diartikan sebagai pengeluaran informasi karena di dalam pengungkapan inilah data kuantitatif yang tersaji di dalam komponen – komponen laporan keuangan dijelaskan secara terinci untuk menghindari adanya kesalahan penafsiran. Menurut Darwin 2004, terdapat dua jenis pengungkapan dalam pelaporan keuangan yang telah ditetapkan oleh badan yang memiliki otoritas di pasar modal. Pertama adalah pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*), yaitu informasi yang harus diungkapkan oleh emiten yang diatur oleh peraturan pasar modal disuatu negara. Sedangkan yang kedua adalah, pengungkapan sukarela (*Voluntary disclosure*) yaitu pengungkapan yang dilakukan secara sukarela oleh perusahaan tanpa diharuskan oleh standar yang ada.

Pengungkapan sosial dalam tanggung jawab perusahaan sangat perlu dilakukan, karena bagaimanapun juga perusahaan memperoleh nilai tambah dari kontribusi masyarakat di sekitar perusahaan termasuk dari penggunaan sumber – sumber sosial. Jika aktivitas perusahaan menyebabkan kerusakan sumber – sumber sosial maka dapat timbul adanya biaya sosial yang harus ditanggung oleh masyarakat, sedangkan apabila perusahaan meningkatkan mutu *social resources* maka akan menimbulkan manfaat sosial. Dalam proses pelaporan keuangan tahunan perusahaan, pengungkapan merupakan aspek pelaporan yang kualitatif, namun pengungkapan tanggung jawab sosial dapat memberikan informasi tambahan yang sangat diperlukan

pemakai informasi laporan keuangan, khususnya para investor selain dari informasi keuangan.

Salah satu informasi yang sering diminta untuk diungkapkan perusahaan saat ini adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan (CSR disclosure), tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang semakin bagus semakin memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya. Masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktivitas sosialnya sehingga hak masyarakat untuk hidup aman dan tenteram, kesejahteraan karyawan, dan keamanan mengkonsumsi makanan dapat terpenuhi (Anggraini, 2006).

(Darwin, 2004), menyatakan bahwa 'untuk aktivitas pelaporan dari aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan dapat dilakukan dengan tiga pendekatan, yaitu pengungkapan dalam pelaporan keuangan, melalui format terpisah atau melalui audit sosial. Bila pelaporan sosial berbentuk pengungkapan dalam laporan keuangan yang disusun dalam format laporan tahunan (*annual report*), maka pelaporan tersebut harus mendukung peningkatan karakteristik kualitatif dari laporan keuangan. Sebab, pengungkapan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari laporan keuangan. Sementara tujuan dari laporan keuangan itu sendiri adalah menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi *stakeholders* dalam pengambilan keputusan ekonomi, yang dapat dijadikan dasar atas *corporate social disclosure (CSD)*'. Pengungkapan (*disclosure*) terhadap aspek *social, ethical, environmental dan sustainability* (SEES) sekarang menjadi suatu cara bagi perusahaan untuk mengkomunikasikan bentuk akuntabilitasnya kepada para *stakeholders* (Rahmad, 2006).

Seluruh pelaksanaan tanggung jawab sosial yang telah dilaksanakan oleh perusahaan akan disosialisasikan kepada public, salah satunya melalui pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan. Adapun dasar dari pengungkapan

tanggung jawab sosial perusahaan ini adalah **Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) no 1 th 2009 (revisi 1998)** yang menyebutkan bahwa :

**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 dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting.**

Item – item yang berkaitan dengan pengukuran pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan antara lain (Sembiring, 2005) :

1. Lingkungan

Bidang ini meliputi aktivitas pengendalian pencemaran dan pengendalian lingkungan hidup. Meliputi, pengendalian terhadap polusi, pencegahan atau perbaikan terhadap kerusakan lingkungan, konservasi alam dan pengungkapan lain yang berkaitan dengan lingkungan

2. Energi

Bidang ini meliputi aktivitas dalam pengaturan penggunaan energi dalam hubungannya dengan operasi perusahaan dan peningkatan efisiensi terhadap produk perusahaan meliputi, konservasi energi, efisiensi energi dll.

3. Kesehatan dan Keselamatan Tenaga Kerja

Bidang ini meliputi aktivitas untuk kepentingan karyawan sebagai sumber daya manusia bagi perusahaan maupun aktivitas didalam suatu komunitas. Aktivitas tersebut antara lain, program pelatihan dan peningkatan ketrampilan, perbaikan kondisi kerja, upah dan gaji serta tunjangan yang memadai, kesehatan, pendidikan, seni dll

4. Lain – lain dengan tenaga kerja

Segala kegiatan lainnya yang berhubungan dengan tenaga kerja

5. Produk

Meliputi keamanan, pengurangan polusi dll

6. Keterlibatan Masyarakat

Meliputi segala kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang berhubungan dengan masyarakat.

#### 7. Umum

Meliputi kebijakan perusahaan yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting* (Mathews, 1995) atau *corporate social responsibility* (Hackston dan Milne, 1996) merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Hal tersebut memperluas tanggung jawab organisasi khususnya perusahaan, di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham. Perluasan tersebut dibuat dengan asumsi bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas disamping hanya mencari laba untuk pemegang saham (Gray et al, 1987).

Berbagai macam hal yang menjadi alasan mengapa perusahaan mengungkapkannya diantaranya adalah sebagai berikut :

##### 1. Menciptakan lingkungan yang baik terhadap sekitarnya

*Companies use social information to present themselves with a prosperous image and to show that they exhibit the social norms and values as those of their society* (Parsons, 1956, dalam Hasyir, 2003)

##### 2. Mendukung keberlangsungan bisnis perusahaan

*Companies agrees to perform various socially desired action in return from the approval and to ensure their survival* (Guthrie and Parker, 1989 dalam Parsa and Kouhy, 2000)

##### 3. Meningkatkan legitimasi perusahaan dihadapan *stakeholders*

Mengedepankan teori legitimasi sebagai motivasi perusahaan dalam mengungkapkan aktivitas sosial. Motivasi teori legitimasi merupakan upaya perusahaan untuk memperoleh public acceptance dan memperlihatkan

kredibilitasnya (**Lindblom, 1994** dalam **Ahmad dan Rahim 2002**). Upaya ini merupakan reaksi terhadap persaingan yang makin tinggi di era globalisasi dimana perusahaan dituntut untuk menerapkan good business practices

4. Sebagai upaya untuk meminimalkan Business Risk

Berdasarkan hasil **Trotman dan Bradley. 1981**, dengan melakukan pengungkapan sosial, perusahaan akan memiliki risiko sistematis yang tinggi

Menurut **Mathews and Parera, 1996**, alasan perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya adalah sebagai berikut :

- a. Mencoba mempengaruhi pasar modal
- b. Wujud kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat
- c. Pelaksanaan legitimasi organisasi

Sedangkan menurut **Darwin, 2004**, tujuan dari pengungkapan tanggung jawab sosial, yaitu :

1. Mengidentifikasi dan mengukur kontribusi sosial perusahaan tiap periode, yang tidak hanya berupa internalisasi *social cost* dan *social benefit*, tetapi juga pengaruh eksternalitas tersebut terhadap kelompok sosial yang berbeda.
2. Untuk membantu dan menentukan apakah strategi dan praktek perusahaan secara langsung mempengaruhi sumber daya dan status kekuatan dari individu, masyarakat, kelompok sosial dan generasi yang konsisten dengan prioritas sosial di satu sisi dengan aspirasi individu di pihak lain.
3. Untuk menyediakan secara optimal mengenai informasi – informasi yang relevan dengan unsur – unsur sosial dalam tujuan, kebijakan, program, kinerja dan sumbangan perusahaan terhadap tujuan sosial

Adapun faktor – faktor yang mempengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, adalah sebagai berikut (**Baskoro, 2006**) :

- a. budaya
- b. Etika bisnis
- c. Tekanan dan Stakeholders
- d. Karakteristik operasi perusahaan

- e. Sensitivitas terhadap masalah pengelolaan lingkungan
- f. Ukuran perusahaan
- g. Hukum

Ada berbagai macam media yang dipilih oleh perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Bervariasinya cara memilih media pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan didasarkan pada kelaziman dan untuk kepentingan tertentu. Seperti pengungkapan biaya pengelolaan lingkungan. Lebih banyak perusahaan memilih laporan prospectus sebagai media pengungkapannya, karena laporan ini bisa digunakan sebagai sarana propaganda untuk para calon investor di bursa. Pengungkapan tersebut minimal memberikan kesan bahwa perusahaan sudah memiliki kepedulian dalam pengelolaan lingkungan, sehingga adanya pengungkapan tanggung jawab sosial tersebut dapat menarik para calon investor untuk membeli saham perusahaan (Sueb, 2002).

## **2.5 LAPORAN KEUANGAN DAN LAPORAN TAHUNAN**

### **2.5.1 Pengertian Laporan Keuangan**

Laporan keuangan adalah gambaran tentang neraca, laporan laba rugi, laporan arus kas dan laporan perubahan modal dari suatu perusahaan yang terjadi pada saat tertentu dan merupakan media bagi manajemen perusahaan untuk mengkomunikasikan informasi yang berguna bagi pihak – pihak yang berkepentingan. Laporan ini dibuat oleh perusahaan biasanya pada akhir periode atau pada akhir tahun buku, atau dibuat secara bulanan, triwulanan, semesteran dan tahunan

Menurut (Munawir, 2004;2)

“Laporan Keuangan pada dasarnya adalah hasil dari proses akuntansi yang dapat digunakan sebagai alat untuk berkomunikasi antara data keuangan atau aktivitas suatu perusahaan dengan pihak – pihak yang berkepentingan dengan data atau aktivitas perusahaan tertentu”.

Menurut **Warren, Reeve dan Fees** (2005;24)

“ Laporan keuangan yang utama bagi perusahaan perseorangan adalah Laporan laba – rugi, laporan ekuitas pemilik (laporan perubahan modal), neraca dan laporan arus kas”

Berdasarkan pernyataan diatas, maka laporan keuangan yang paling utama bagi perusahaan perseorangan adalah neraca, laporan laba – rugi, laporan perubahan modal dan laporan arus kas. Apabila terdapat laporan lain, maka itu hanya sebagai laporan tambahan.

### 2.5.2 Pengertian Laporan Tahunan

Teori tentang laporan tahunan (*annual report*) sangat jarang dikemukakan dalam literatur – literatur akuntansi, walaupun ada biasanya tergabung dalam topic laporan keuangan dan secara parsial tidak seluruhnya. Tetapi pada dasarnya, laporan tahunan adalah laporan keuangan yang di terbitkan setiap tahunnya dan biasanya di akhir tahun

Menurut **Knutson**, 1992, dalam **Rizal**, 2003

*“At the top of every analyst’s list (of financial reports used by analyst) is the annual reports to shareholders. It is the major reporting documents and every other financial report is in some respects subsidiary or supplementary to it.”*

Keseluruhan isi dari laporan tahunan diatur oleh badan pengawas pasar modal (BAPEPAM) dan wajib disampaikan oleh setiap emiten yang terdaftar di Bursa Efek sebagai pelaporan kegiatan selama satu tahun sebelumnya. Laporan tahunan wajib diungkapkan oleh setiap perusahaan yang mencatatkan diri di bursa efek sebagai pelaporan kegiatan selama satu tahun sebelumnya kepada pihak – pihak yang berkepentingan dengan perusahaan tersebut (*stakeholder*)

Menurut **Rizal**, 2003, tujuan laporan tahunan adalah sebagai berikut :

1. Berguna bagi pemakai laporan tahunan dalam membuat keputusan investasi, masalah kredit atau keputusan keputusan lainnya

2. Menyediakan laporan komprehensif mengenai prospek perusahaan di masa depan, baik kegiatan operasi, keuangan dan informasi – informasi relevan lainnya.
3. Menyediakan informasi mengenai klaim sumber daya perusahaan serta perubahannya.

### **2.5.3 Peraturan Bapepam Mengenai Isi Laporan Tahunan**

Laporan tahunan diatur oleh keputusan Ketua Bapepam No 38/PM/1996 tentang laporan tahunan ( dalam Rizal, 2003), dan hanya mengikat bagi perusahaan public saja. Bentuk dan isi laporan tahunan menurut Bapepam secara garis besar dibagi menjadi enam bagian yaitu :

1. Ketentuan umum yang berisi peraturan fisik dan informasi yang wajib disampaikan oleh emiten.
2. Laporan Manajemen, yang berisi penjelasan umum dan khusus mengenai perusahaan.
3. Ikhtisar data keuangan penting, yang berisi informasi perbandingan keuangan 5 tahun buku atau sejak memulai usahanya.
4. Bagian Mengenai Analisis dan Pembahasan Umum oleh Manajemen, yang berisi uraian singkat menganalisis laporan keuangan dan informasi lain dengan penekanan pada perubahan – perubahan material yang terjadi sejak laporan tahunan terakhir atau sejak pernyataan pendaftaran diajukan.
5. Bagian mengenai Laporan Keuangan, yang berisi laporan keuangan yang disusun sesuai dengan SAK dan peraturan Bapepam dan telah di audit oleh akuntan yang terdaftar di Bapepam.

## **2.6 BURSA EFEK**

### **2.6.1 Pengertian Bursa Efek**

Pasar modal ialah kegiatan yang menyangkut penawaran umum dan perdagangan efek. Perusahaan public dengan efek yang diterbitkannya, serta lembaga

dan profesi yang berkaitan dengan efek. Sedangkan bursa efek adalah pihak yang menyelenggarakan system atau sarana untuk mempertemukan penawaran jual dan beli efek pihak – pihak lain dengan tujuan memperdagangkan efek diantara mereka. Kemudian emiten adalah pihak yang melakukan penawaran umum efek, yaitu issuer dari saham, obligasi dan efek lainnya (dalam **Hasyir**,2003).

Sementara efek sendiri adalah surat berharga seperti surat pengeluaran hutng, commercial paperm saham, obligasi, unit penyertaan (reksadana), dan efek derivative (produk turunan) dari efek utama. Bursa efek yang memperdagangkan efek utama seperti saham dan obligasi adlah Bursa Efek Indonesia (BEI)

### **2.6.2 Pengertian Perusahaan Publik**

Perusahaan public adalah perseroan yang sahamnya telah dimiliki sekurang – kurangnya oleh 300 pemegang saham dan memiliki modal disetor sekurang – kurangnya 3 miliar atau suatu jumlah pemegang saham dan modal disetor yang ditetapkan dengan peraturan pemerintah (**Hasyir**,2003)

Mekanisme untuk menjadi perusahaan public adalah dengan melakukan penawaran perdana atau yang lebih dikenal sebagai *Initial Public Offering (IPO)*. tujuan perusahaan melakukan *go public* adalah sebagai berikut (dalam **Abdul Hasyir** , 2002,) :

- a. Mendapatkan dana tambahan dari masyarakat umum (investor) untuk kegiatan operasi perusahaan.
- b. Mendapatkan patokan harga saham perusahaan yang wajar dan actual yaitu harga yang terbentuk hasil mekanisme penawaran dan permintaan di bursa efek. Harga tersebut dapat menjadi patokan harga saat terjadi pemindah tangan saham ke pihak lain (seperti transaksi akuisisi atau divestasi).

Menurut **Hasyir** (2003) implikasi menjadi perusahaan public adalah :

1. Nama perusahaan menjadi PT. XXX Tbk. kata Tbk singkatan dari terbuka

2. Adanya pengaturan jumlah minimum dewan direksi dan dewan komisaris
3. Adanya pengaruh penerbitan saham baru atau surat berharga baik yang bisa menyebabkan nilai saham terkoreksi ( sebab penambahan jumlah saham beredar dapat berpengaruh pada harga saham)
4. Pembentukan *Corporate secretary*
5. Pengaturan proses Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS)
6. Keterbukaan atau transparansi

## **2.7 HUBUNGAN ANTARA LABA DENGAN TINGKAT PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL**

Sifat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang voluntary pun menjadi faktor pendorong beragam dan tidak konsistennya pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan. Perusahaan cenderung menjustifikasi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosialnya dengan kepentingan dan keadaan perusahaan.

Terdapat beberapa pandangan mengenai hubungan laba terhadap terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pandangan pertama menyebutkan bahwa perusahaan dengan laba rendah cenderung melakukan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial lebih tinggi. Hal ini dimungkinkan karena perusahaan, dalam hal ini manajemen, menganggap bahwa kepedulian perusahaan terhadap tanggung jawab sosialnya akan memberikan nilai tambah bagi perusahaan, serta menjadi salah satu faktor yang dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Dengan demikian, investor diharapkan tetap tertarik untuk menanamkan dananya walaupun laba perusahaan tidak terlalu besar

Sebaliknya, perusahaan dengan laba tinggi cenderung melakukan pengungkapan yang lebih rendah. Hal ini diungkapkan karena manajemen menganggap tidak perlu melakukan pengungkapan terhadap hal – hal yang dapat

merusak kinerja finansialnya, misalnya, dampak negative atas lingkungan karena aktivitas perusahaan.

Pandangan kedua menyebutkan bahwa perusahaan dengan laba yang tinggi justru akan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya secara lebih baik dibandingkan dengan perusahaan dengan laba yang rendah. Hal ini dimungkinkan karena perusahaan dengan laba yang tinggi sudah mampu memenuhi kebutuhan tingkat selanjutnya yang diwujudkan dalam pengungkapan informasi yang lebih transparan. Diantaranya dalam pengungkapan tanggung jawab sosial.

Sedangkan perusahaan dengan laba yang rendah cenderung untuk melakukan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih rendah karena focus perusahaan masih pada usaha pemenuhan kebutuhan utamanya, profit dan belum akan beranjak untuk memenuhi tingkat selanjutnya sebelum kebutuhan utamanya itu tercukupi.

Ada beberapa teori yang mencoba menjelaskan mengenai korelasi antara laba dengan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Diantaranya, *Teori Legitimasi* yang diungkapkan oleh **Donovan** dan **Gibson** dalam **Sembiring, 2005**, yang menyatakan bahwa hubungan antara laba dan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial adalah bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan menganggap tidak perlu melaporkan hal – hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Sebaliknya, pada saat tingkat laba rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca berita baik kinerja perusahaan, misalnya dalam lingkup sosial, dan dengan demikian investor akan tetap berinvestasi di perusahaan tersebut.

*Teori Hierarki Kebutuhan Maslow* justru mengungkapkan hal yang sebaliknya. Ketika mencapai laba yang tinggi, perusahaan yang menyerupai individu dalam perkembangannya dianggap sudah mampu untuk memenuhi kebutuhan tingkat rendahnya, yaitu laba, sehingga akan berusaha untuk memenuhi kebutuhan tingkat selanjutnya, yaitu kebutuhan sosial serta kebutuhan akan adanya penghargaan. Perwujudan pemenuhan tingkat tinggi ini diantaranya direalisasikan melalui

pelaporan yang lebih transparan, sehingga tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan pun akan cenderung lebih baik.



## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 OBJEK PENELITIAN**

Sesuai dengan judul dalam penelitian ini, yaitu “Hubungan Laba Dengan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Laporan Tahunan Beberapa Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”, maka objek dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yaitu laporan tahunan perusahaan manufaktur khususnya laba serta pengungkapan tanggung jawab sosial beberapa perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Penelitian ini akan membahas apakah laba perusahaan mempunyai hubungan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan manufaktur yang termuat dalam laporan tahunan perusahaan.

Perusahaan – perusahaan manufaktur yang menjadi objek penelitian adalah:

1. Holcim Indonesia
2. Asahimas flat glass
3. Goodyear Indonesia
4. H.M Sampoerna
5. Astra International
6. Bentoel International
7. AKR Corporindo
8. Semen Gresik
9. Astra Otoparts
10. Lion Metal Works
11. Lautan Luas
12. Barito Pacific
13. Kabelindo Murni
14. First Media

- 
15. Darya – Varia Laboratoria
  16. Mandom Indonesia
  17. Fajar Surya Wisesa
  18. Selamat Sempurna
  19. Ultra Jaya Milk
  20. Indofood Sukses Makmur
  21. Sumi Indo Kabel
  22. Sorini Agro Asia
  23. Nusantara Inti Corpora
  24. Asia Pacific Fibers
  25. Kalbe farma
  26. Gajah Tunggal
  27. Sierad Produce
  28. Aqua Golden Mississippi
  29. Pelat Timah Nusantara
  30. Unilever Indonesia
  31. Indocement Tunggul Prakasa
  32. Merck
  33. Duta Pertiwi Nusantara
  34. Tiga Raksa
  35. Kimia Farma
  36. Multi Bintang
  37. Dynaplast
  38. Sugi Samapersada
  39. Japfa Comfeed Indonesia
  40. Myoh Technology
  41. Gudang Garam
  42. Voksel Electric
  43. Sumalindo Lestari Jaya

44. Indofarma

45. Budia Acid Jaya

Mengutip **Parsa & Kouhy (2000)**, alasan penggunaan laporan tahunan sebagai dasar penelitian adalah sebagai berikut :

1. Laporan tahunan adalah dokumen utama perusahaan yang merepresentasikan perusahaan tersebut dan dapat digunakan secara luas
2. Pengumpulan semua informasi sosial yang diungkapkan oleh perusahaan hampir dikatakan tidak mungkin, mengingat peneliti harus mengidentifikasi semua sarana yang digunakan perusahaan dalam melakukan pengungkapan sosialnya. Laporan tahunan merupakan representasi dari semua sarana tersebut.
3. Lebih lanjut, sebagaimana kebanyakan studi menggunakan laporan tahunan, hal ini memberikan peluang besar untuk tujuan perbandingan antar penelitian.

Selain itu merujuk pada **Sueb, 2002**. Laporan keuangan perusahaan seringkali digunakan sebagai media komunikasi perkembangan perusahaan kepada para *stakeholder*-nya, termasuk penyampaian informasi mengenai pertanggungjawaban sosial yang dilakukan perusahaan.

## **3.2 METODE PENELITIAN**

### **3.2.1 Rancangan Analisis**

Tahap – tahap yang akan dilakukan penulis dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mendapatkan data yang berkaitan dengan pengukuran laba perusahaan pada laporan keuangan emiten yang telah diaudit.
2. Mengkuantifikasi pengungkapan pertanggung jawaban sosial perusahaan pada laporan tahunan dengan menggunakan metode *content analysis*.
3. Menguji hipotesis serta menginterpretasikan dan menganalisa hasil pengujian hipotesis

4. Menarik kesimpulan berdasarkan hasil pengujian statistic.

### 3.2.2 Metode yang Digunakan

Dalam menyusun skripsi ini, metodologi yang digunakan penulis adalah deskriptif analitis melalui pendekatan survey. Metode deskriptif analitis, yaitu suatu metode penelitian dengan cara mengumpulkan data – data yang berhubungan dengan penelitian yang kemudian dikaji dan dianalisis, serta diinterpretasikan secara deskriptif untuk memberikan gambaran mengenai fakta – fakta yang penulis peroleh, sehingga dapat ditarik kesimpulan mengenai penelitian ini (Sugiyono,2008; 55)

Metode survey adalah penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta – fakta dari gejala yang ada dan mencari keterangan – keterangan secara factual, baik tentang institusi sosial atau politik dari suatu kelompok atau daerah. Metode survey membedah dan menguliti masalah – masalah serta mendapatkan pembenaran terhadap keadaan dan praktek yang sedang berlangsung. Penyelidikan dilakukan dalam waktu yang bersamaan terhadap sejumlah individu atau baik secara sensus atau dengan menggunakan sample (Nazir, 1995 – 65).

### 3.2.3 Operasionalisasi Variabel

Definisi operasional variabel ialah suatu definisi yang didasarkan pada karakteristik yang dapat diobservasi dari apa yang sedang didefinisikan atau “mengubah konsep-konsep yang berupa konstruk dengan kata-kata yang menggambarkan perilaku atau gejala yang dapat diamati dan yang dapat diuji dan ditentukan kebenarannya oleh orang lain” (Young, dikutip oleh Koentjaraningrat, 1991;23). Sedangkan variabel independent adalah variabel yang menjadi sebab atau berubahnya suatu variabel lain (variabel dependen). Juga sering disebut dengan variabel bebas, prediktor, stimulus, eksougen atau antecedent. Dan variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel lain (variabel bebas). Juga sering disebut variabel terikat, variabel respons atau endogen. Variabel inilah yang sebaiknya anda kupas dalam-

dalam pada latar belakang penelitian. Berikan porsi yang lebih dalam membahas variabel terikat dari pada variabel bebasnya karena merupakan implikasi dari hasil penelitian.

Sesuai dengan judul yang diangkat oleh penulis dalam penelitian ini yaitu “Hubungan Laba Dengan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Laporan Tahunan beberapa Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI”, maka variable yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Laba perusahaan sebagai variable independent (X)

Sesuai dengan penelitian sebelumnya, maka laba perusahaan dalam penelitian penulis kali ini diproksi dengan menggunakan *Earning per Share* (EPS), yang ditunjukkan dalam rumus berikut ini :

$$\frac{\text{Net income Preferred Dividend}}{\text{Weighted Average of common shares outstanding}} = \text{EPS}$$

Adapun alasan pemilihan EPS sebagai proksi dari laba yang diperoleh perusahaan karena penulis menganggap bahwa EPS lebih representative dalam mewakili jumlah laba yang mampu dihasilkan perusahaan untuk masing – masing pemilik lembar sahamnya.

2. *Corporate Sosial Responsibility Disclosure* sebagai variable dependen (Y)

Metode yang akan digunakan penulis dalam pengukuran CSR Disclosure dalam penelitian ini adalah metode yang paling sederhana dari metode *Content Analysis*. Metode Content Analysis merupakan suatu metode untuk menyusun isi suatu teks atau pernyataan ke dalam kelompok – kelompok tertentu sehingga dapat dikuantifikasi berdasarkan skor tertentu. Adapun pemilihan teknik indexing Yes/No Approach adalah berdasarkan pendapat **Parsha** dan **Kouhy** dalam **Baskoro,2006**, yang menyatakan bahwa metode ini paling banyak digunakan dalam penelitian yang

menyangkut sosial dan lingkungan hidup. *Metode Indexing* tidak mengkuantifikasi suatu teks secara mendalam, serta tidak ditujukan untuk meneliti aspek keluasan dalam tingkat pengungkapan informasi sosial

Dalam penetapan kategori, **Holsi, 1969**, dalam **Baskoro, 2006** mengingatkan bahwa keberhasilan pencapaian tujuan *Content Analysis* ditentukan oleh penerapan kategorinya. Penyusunan kategori pengungkapan disesuaikan dengan kegiatan yang seharusnya dilakukan oleh perusahaan itu sendiri.

Untuk indikator – indikator variabel (kategorinya) *Corporate Responsibility* mengacu pada instrument yang digunakan oleh **(Sembiring,2005)**. Akan tetapi penulis menyaring kembali 79 komponen yang digunakan Sembiring menjadi 50 komponen yang berhubungan dengan perusahaan yang diteliti. Ke – 50 komponen tersebut dikelompokkan ke dalam tujuh isu pokok penerapan CSR menurut ISO 26000 *Guidance Standard on Social Responsibility*.

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Jenis Data	Ukuran
Laba (X)	Laba menurut <i>FASB statement</i>  mendefinisikan laba akuntansi sebagai perubahan dalam <i>equity (net asset)</i> dari suatu entity selama suatu periode tertentu yang diakibatkan oleh transaksi dan kejadian atau peristiwa yang	EPS	Sekunder	Rasio

	berasal bukan dari pemilik			
CSD (Y)	Menurut <b>(Rahmad, 2006)</b> . Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan.	<p>Item – item Pengungkapan <b>Keterlibatan Masyarakat</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sumbangan tunai, produk, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat, pendidikan dan seni</li> <li>2. Sumbangan untuk korban bencana alam.</li> <li>3. Tenaga kerja paruh waktu dari mahasiswa/pelajar</li> <li>4. Sebagai sponsor untuk proyek kesehatan masyarakat</li> <li>5. Membantu riset medis</li> <li>6. Sebagai sponsor untuk konferensi pendidikan, seminar atau pameran seni</li> <li>7. Membiayai program beasiswa</li> <li>8. Membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat</li> <li>9. Mendukung pengembangan industri kecil</li> <li>10. Membangun infrastruktur untuk public</li> <li>11. Membangun hubungan timbal</li> </ol>	Sekunder	Nominal

		<p>balik, dan melibatkan masyarakat dalam operasi perusahaan</p> <p><b>Lingkungan</b></p> <p>12. Merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan</p> <p>13. Pengolahan limbah</p> <p>14. Pengendalian polusi, kegiatan operasi, pengeluaran riset dan pengembangan untuk pengurangan polusi.</p> <p>15. Pernyataan yang menunjukkan bahwa operasi perusahaan tidak mengakibatkan polusi atau memenuhi ketentuan hukum dan peraturan polusi</p> <p>16. Pernyataan yang menunjukkan bahwa operasi telah dan akan dikurangi</p> <p>17. Pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan akibat pengolahan sumber alam, misalnya reklamasi daratan atau reboisasi</p> <p>18. Konsetvasi sumber alam misalnya mendaur ulang kaca, besi, minyak, air dan kertas.</p>	
--	--	--	--

		<p>19. Penggunaan material daur ulang</p> <p>20. Menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan yang dibuat perusahaan</p> <p><b>Ketenagakerjaan</b></p> <p>21. Mengungkapkan presentase gaji untuk pensiun</p> <p>22. Pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu di tempat kerja</p> <p>23. Memberi bantuan keuangan pada tenaga kerja dalam bidang pendidikan</p> <p>24. Mendirikan suatu pusat pelatihan tenaga kerja</p> <p>25. Mengungkapkan bantuan atau bimbingan untuk tenaga kerja yang dalam proses mengundurkan diri atau yang telah membuat kesalahan</p> <p>26. Mengungkapkan perencanaan kepemilikan rumah karyawan</p> <p>27. Mengungkapkan fasilitas untuk aktivitas rekreasi</p> <p>28. Mengungkapkan kebijakan</p>	
--	--	---	--

		<p>penggajian dalam perusahaan</p> <p><b>Hak Azasi Manusia</b></p> <p>29. Tidak ada pemisahan ras dalam penerimaan tenaga kerja, bantuan hidup dan fasilitas kerja</p> <p>30. Perekrutan atau memanfaatkan tenaga kerja wanita/orang cacat</p> <p>31. Program untuk kemajuan tenaga kerja wanita/orang cacat</p> <p>32. Adanya employee reward</p> <p>33. Memberikan pelayanan bantuan kesehatan bagi pensiunan</p> <p>34. Adanya pelayanan kesehatan tenaga kerja</p> <p>35. Menghormati hak – hak pokok pekerja seperti upah yang layak, tunjangan, kesehatan, serta asuransi jiwa.</p> <p>36. Membantu meningkatkan motivasi karyawan</p>	
--	--	--	--

		<p><b>Produk dan Konsumen</b></p> <p>37. Melindungi hak – hak konsumen</p> <p>38. Membuat produk lebih aman untuk konsumen</p> <p>39. Pengungkapan informasi pengembangan produk perusahaan, termasuk pengemasannya</p> <p>40. Pengungkapan bahwa produk memenuhi standar keselamatan</p> <p>41. Pengungkapan informasi proyek riset perusahaan untuk memperbaiki produk</p> <p><b>Kesehatan dan Keselamatan Tenaga Kerja</b></p> <p>42. Mengurangi polusi, iritasi, atau resiko dalam lingkungan kerja</p> <p>43. Mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan keselamatan fisik atau mental</p> <p>44. Menaati peraturan standar kesehatan dan keselamatan kerja</p> <p>45. Menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja</p>		
--	--	---	--	--

		<p>46. Menetapkan suatu komite keselamatan kerja</p> <p><b>Organizational Governance</b></p> <p>47. Komite audit mendorong terbentuknya pengendalian intern</p> <p>48. Mempunyai audit internal yang memadai</p> <p>49. Menetapkan visi, misi, dan tujuan serta strategi untuk mencapainya</p> <p>50. Kegiatan perusahaan manajemen resiko</p>		
--	--	--	--	--

### 3.2.4 Jenis dan Sumber Data

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat dari pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan histories yang tersusun dalam arsip yang dipublikasikan dan tidak dipublikasikan Data primer merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara) sedangkan Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian. (Nur Indriantoro, 2002;147) Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif data yang dinyatakan dalam bentuk angka yaitu yang terdapat pada laporan tahunan perusahaan manufaktur yang sudah terdaftar di bursa efek Indonesia,

### **3.2.5 Metode Pengumpulan Data**

#### **3.2.5.1 Penentuan Populasi**

Definisi Populasi menurut **Sugiyono**, (2003;55) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan penelitian tersebut populasi dari penelitian ini adalah perusahaan - perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama periode 2007 – 2009. Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sampai tahun 2009 ada sebanyak 140 perusahaan

#### **3.2.5.2 Teknik Penentuan Sampel**

Sedangkan pengertian sampel menurut **Sugiyono** (2003;56) adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu suatu teknik pemilihan sampel berdasarkan pada karakteristik tertentu yang dianggap mempunyai sangkut paut dengan karakteristik populasi yang sudah diketahui sebelumnya (Dr. Husein Umar, 2008). Adapun karakteristik (kriteria) yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2007 sampai dengan 2009
2. Melaporkan laporan keuangan yang telah diaudit secara periodik
3. Perusahaan yang diteliti bergerak dalam jenis perusahaan *manufacture*
4. Perusahaan sampel memiliki informasi tanggal publikasi laporan keuangan untuk tahun yang bersangkutan
5. Memiliki data Laporan tahunan yang berkaitan dengan pengukuran variabel
6. Mempublikasikan laporan tahunan dari tahun 2007 sampai dengan tahun 2009

Adapun pengambilan sampel sebanyak 45 perusahaan dari 140 perusahaan manufaktur yang terdaftar dan aktif diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia, dikarenakan perusahaan tersebut memenuhi kriteria dari sampel yang ditentukan.

### 3.2.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Penulis mengumpulkan data dengan menggunakan Teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Penelitian lapangan (*Field Research*)

Dilakukan penelitian secara langsung yaitu dengan mengunjungi beberapa pojok bursa yang terdapat di Bandung dan khusus hanya pada laporan tahunan perusahaan manufaktur yang listing di BEI.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Data diperoleh penulis melalui studi dokumen, mendapatkan serta mengumpulkan data – data yang berkaitan dengan masalah yang akan di bahas. dan Selain itu, penulis juga melakukan studi kepustakaan melalui jurnal – jurnal ilmiah serta referensi lain yang dapat digunakan sebagai landasan teoritis penelitian ini

### 3.2.5.3 Penetapan Hipotesis Penelitian

Penulis melakukan pengujian hipotesis yang berkaitan dengan signifikan atau tidaknya pengaruh antara variabel independent X terhadap variabel dependen Y.

Hipotesis yang ditetapkan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Ho : Laba tidak berhubungan dengan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial pada laporan tahunan beberapa perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Ha : Laba berhubungan dengan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial pada laporan tahunan beberapa perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

### 3.3 Pengujian Data

Pengujian aspek – aspek atau variabel – variabel yang diteliti diperlukan suatu instrumen yang valid dan reliable, maka diharapkan hasil penelitian menjadi valid dan reliabel. Jadi instrument yang valid dan reliabel merupakan syarat utama untuk mendapatkan hasil yang valid dan reliabel. Hal tersebut diperlukan agar penelitian tidak akan keliru dan tidak memberikan gambaran yang tidak jauh berbeda dengan keadaan yang sebenarnya. Untuk variabel penelitian tersebut perlu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas (Sugiyono,2005;267)

#### 3.3.1 Pengujian Validitas dan Realibilitas

Sebelum instrumen ini digunakan maka diteliti dulu kualitasnya melalui ujicoba. Kualitas instrumen ditunjukkan oleh kesahihan (validitas) dan keterandalannya (reliabilitas) dalam mengungkapkan apa yang akan diukur.

Menurut Sugiyono (2004;109) valid dapat didefinisikan sebagai berikut “valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur” dan masih Menurut Sugiyono (2004;110), “instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur instrumen yang sama akan menghasilkan data yang sama”. Dengan demikian suatu instrumen dikatakan reliabel dan valid bila digunakan untuk mengukur berkali – kali menghasilkan data yang sama.mengukur sesuatu harus menggunakan instrument atau alat yang tepat.

Validitas dan reliabilitas data digunakan korelasi *Point Biserial* .rumus Korelasi *Point Biserial* yang digunakan untuk penghitungan adalah sebagai berikut :

Menghitung rpb, mengasumsikan bahwa variabel Y dikotomis memiliki dua nilai 0 dan 1. Jika kita membagi kumpulan data menjadi dua kelompok, kelompok 1 yang menerima nilai "1" pada Y dan kelompok 2 yang menerima nilai "0" di Y, maka titik biserial korelasi koefisien dihitung sebagai berikut:

$$r_{pb} = \frac{M_1 - M_0}{s_n} \sqrt{\frac{n_1 n_0}{n^2}},$$

Dimana :

$r_{pb}$  = Koefisien korelasi point biserial

$M_1$  = nilai rata-rata pada variabel kontinu X untuk semua titik data dalam grup 1

$M_0$  = nilai rata-rata pada variabel kontinu X untuk semua titik data dalam kelompok 2

$s_n$  = standar deviasi

$n_1$  = jumlah titik data dalam kelompok 1

$n_0$  = jumlah titik data dalam kelompok 2

$n^2$  = ukuran sampel

dimana  $s_n$  adalah standar deviasi yang digunakan untuk setiap populasi :

$$s_n = \sqrt{\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}.$$

Menunjukkan aljabar bahwa ada formula yang setara yang menggunakan  $s_{n-1}$ :

$$r_{pb} = \frac{M_1 - M_0}{s_{n-1}} \sqrt{\frac{n_1 n_0}{n(n-1)}},$$

$s_{n-1}$  adalah standar deviasi yang digunakan bila hanya memiliki data untuk sampel dari populasi:

$$s_{n-1} = \sqrt{\frac{1}{n-1} \sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}.$$

Memperjelas

$$r_{pb} = \frac{M_1 - M_0}{s_n} \sqrt{\frac{n_1 n_0}{n^2}} = \frac{M_1 - M_0}{s_{n-1}} \sqrt{\frac{n_1 n_0}{n(n-1)}}$$

Kriteria penerimaan dan penolakan hipotesa dalam analisa korelasi *Point Biserial* adalah sebagai berikut :

Ho signifikan jika  $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$

Ho tidak signifikan jika  $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$

### 3.3.2 Uji t – tabel

T-tabel distribusi (atau sekadar t-distribusi) adalah distribusi probabilitas kontinu yang timbul dalam masalah estimasi mean dari populasi yang terdistribusi normal ketika ukuran sampel kecil. Ini adalah dasar dari uji-t Student populer untuk signifikansi statistik perbedaan antara dua mean sampel, dan untuk interval kepercayaan untuk selisih antara dua mean populasi. t-tabel distribusi juga muncul dalam analisis Bayesian data dari sebuah keluarga yang normal. t-tabel distribusi merupakan kasus khusus dari distribusi hiperbolik umum.

Rumus t – tabel adalah

$$\frac{Z}{\sqrt{V/\nu}} = Z \sqrt{\nu/V}$$

Dimana :

Z terdistribusi normal dengan nilai harapan 0 dan varians 1;

V memiliki distribusi chi-kuadrat dengan derajat kebebasan  $\nu$ ;

Z dan V independen

Uji hipotesis mengandalkan distribusi t-tabel untuk mengatasi ketidakpastian akibat memperkirakan standar deviasi dari sampel, sedangkan jika deviasi standar populasi diketahui, distribusi normal akan digunakan.

### 3.4 Metode Analisis

Teknik pengujian yang dilakukan penulis adalah Chi – kuadrat . Adapun alasan penggunaan Chi – kuadrat adalah Tes ini biasanya digunakan untuk menguji hubungan variabel dalam tabel dua arah, di mana model diasumsikan independen dievaluasi terhadap data lapangan biasanya syarat minimal untuk dianggap memenuhi syarat adalah sample harus besar ( $n > 30$ ), kelompok untuk memudahkan dalam pengujian data mengingat data sekunder dan primer yang akan digunakan dalam penelitian ini berjenis nominal.

Rumuas Chi – kuadrat adalah sebagai berikut :

$$X^2 = \sum \frac{(\text{observed} - \text{expected})^2}{\text{expected}}$$

Dimana :

$X^2$  = Chi Kuadrat

O = Nilai Observasi (pengamatan)

E = Nilai Expected ( harapan )

$$Df = (b-1) (k-1)$$

b : jumlah baris

k : jumlah kolom

Kriteria pengujian adalah sebagai berikut :

$H_0$  ditolak bila  $X^2_{\text{hitung}} < X^2_{\text{tabel}}$

$H_0$  diterima bila  $X^2_{\text{hitung}} \geq X^2_{\text{tabel}}$

Besarnya korelasi variabel independent terhadap variabel dependen dapat diketahui dengan mencari korelasi dengan menggunakan rumus berikut :

$$C = \frac{\sqrt{x^2-1}}{x^2+1}$$

Tingkat signifikansi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 95% dimana  $\alpha$ , yaitu kesalahan yang mungkin terjadi dalam penarikan kesimpulan sebesar 5%.

Adapun alasan penggunaan tingkat signifikan si sebesar 95%, adalah karena tingkat signifikansi ini umum digunakan pada penelitian ilmu – ilmu sosial dan dianggap cukup ketat untuk mewakili hubungan antar variabel.

### **3.5 Penarikan Kesimpulan**

Berdasarkan hasil perhitungan statistic dan pengujian hipotesis yang dilakukan, maka penulis akan menarik kesimpulan atas penelitian yang dilakukan. Diharapkan hasil penelitian ini dapat berguna bagi pihak – pihak terkait, perusahaan, serta peneliti selanjutnya.

### **3.6 LOKASI DAN WAKTU PENELITIAN**

Penelitian dilakukan di Bursa Efek Indonesia untuk memperoleh laporan tahunan para emiten. Sedangkan waktu penelitian diperkirakan dilakukan mulai bulan April 2010

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Hasil Penelitian

Setelah menjabarkan hal – hal yang melatarbelakangi penelitian ini, teori – teori yang mendasari, maupun metode dan desain penelitian yang digunakan, berikut ini akan dipaparkan mengenai hasil penelitian. Penelitian ini dilakukan terhadap perusahaan – perusahaan yang termasuk dalam kategori perusahaan manufaktur. annual report yang diteliti adalah periode 2007 sampai dengan 2009 seperti yang telah dijelaskan pada bab III. Adapun emiten yang ada berikut ini dipilih secara acak berjumlah 45 perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia, sesuai dengan kriteria yang telah disebutkan yaitu :

1. Terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2007 sampai dengan 2009
3. Melaporkan laporan keuangan yang telah diaudit secara periodik
4. Perusahaan yang diteliti bergerak dalam jenis perusahaan *manufacture*
5. Perusahaan sampel memiliki informasi tanggal publikasi laporan keuangan untuk tahun yang bersangkutan
6. Memiliki data Laporan tahunan yang berkaitan dengan pengukuran variabel
7. Mempublikasikan laporan tahunan dari tahun 2007 sampai dengan tahun 2009

Adapun pengambilan sampel sebanyak 45 perusahaan dari 140 perusahaan manufaktur yang terdaftar dan aktif diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia, dikarenakan perusahaan tersebut memenuhi kriteria dari sampel yang ditentukan. Dan perusahaan – perusahaan manufaktur yang menjadi objek penelitian adalah:

1. Holcim Indonesia
2. Asahimas flat glass
3. Goodyear Indonesia
4. H.M Sampoerna
5. Astra International

6. Bentoel International
7. AKR Corporindo
8. Semen Gresik
9. Astra Otoparts
10. Lion Metal Works
11. Lautan Luas
12. Barito Pacific
13. Kabelindo Murni
14. First Media
15. Darya – Varia Laboratoria
16. Mandom Indonesia
17. Fajar Surya Wisesa
18. Selamat Sempurna
19. Ultra Jaya Milk
20. Indofood Sukses Makmur
21. Sumi Indo Kabel
22. Sorini Agro Asia
23. Nusantara Inti Corpora
24. Asia Pacific Fibers
25. Kalbe farma
26. Gajah Tunggal
27. Sierad Produce
28. Aqua Golden Mississippi
29. Pelat Timah Nusantara
30. Unilever Indonesia
31. Indocement Tunggul Prakasa
32. Merck
33. Duta Pertiwi Nusantara
34. Tiga Raksa

35. Kimia Farma
36. Multi Bintang
37. Dynaplast
38. Sugi Samapersada
39. Japfa Comfeed Indonesia
40. Myoh Technology
41. Gudang Garam
42. Voksel Electric
43. Sumalindo Lestari Jaya
44. Indofarma
45. Budia Acid Jaya

Dari keseluruhan perusahaan yang dijadikan sampel penulis mendapatkan seluruh data perusahaan sampel yang akan dipergunakan dalam penelitian ini data tersebut antara lain laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2007 – 2009.

#### **4.1.1 Laba Perusahaan yang Diukur dengan *Earnings per Share* (EPS)**

Pada penelitian ini *Earnings per Share* akan dijadikan indikator dalam pengukuran laba perusahaan manufaktur. Data mengenai EPS perusahaan manufaktur di dapat dari Laporan Tahunan yang selanjutnya akan dideskripsikan melalui tabel, nilai maksimum, nilai minimum, nilai rata – rata

##### **4.1.1.1 *Earnings per Share* Perusahaan Manufaktur**

EPS sering digunakan sebagai alat ukur untuk mengevaluasi saham biasa EPS atau laba per lembar saham adalah tingkat keuntungan bersih untuk tiap lembar sahamnya yang mampu diraih perusahaan pada saat menjalankan operasinya. Laba per lembar saham atau EPS di peroleh dari laba yang tersedia bagi pemegang saham biasa dibagi dengan jumlah rata – rata saham biasa yang beredar. Adapun EPS dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{EPS} = \frac{\text{Net income} - \text{preferred dividends}}{\text{Average Number of common share Outstanding}}$$

Adapun kondisi *Earnings per Share* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2007 – 2009 dapat dilihat dari table 4.1 berikut ini :

**Tabel 4.1**  
***Earnings per Share* Setiap Perusahaan Manufaktur**  
**Periode 2007 – 2009**

No	Perusahaan	<i>Earnings per Share</i>			
		2007	2008	2009	RATA - RATA
1	Holcim Indonesia	22	37	117	58,67
2	Asahimas flat glass	357	526	58	313,67
3	Goodyear Indonesia	2,65	-0,32	-1,55	-2,6
4	H.M Sampoerna	827	889	1161	959
5	Astra International	1610	2270	2480	2120
6	Bentoel International	39	35,5	3,7	25,67
7	AKR Corporindo	61	67	88	72
8	Semen Gresik	299	426	566	430,33
9	Astra Otoparts	590	734	996	773,33
10	Lion Metal Works	486	727	810	674,33
11	Lautan Luas	92	107	110	103
12	Barito Pacific	15	-487	78	-131,33
13	Kabelindo Mumi	11	4	2	5,67
14	First Media	3	-124	40	-27
15	Darya – Varia Laboratoria	89	128	155	124
16	Mandom Indonesia	591	590	600	593,67
17	Fajar Surya Wisesa	49,2	14,8	111,7	58

18	Selamat Sempurna	56	64	92	70,67
19	Ultra Jaya Milk	10	105	9	41,33
20	Indofood Sukses Makmur	115	120	236	157
21	Sumi Indo Kabel	253	319	2	191,33
22	Sorini Agro Asia	68	22	34	41,33
23	Nusantara Inti Corpora	-98	-317	3,47	-137,33
24	Asia Pacific Fibers	-22	-264	498	70,67
25	Kalbe farma	70	72	97	79,67
26	Gajah Tunggal	29	-179	260	36,67
27	Sierad Produce	2	3	4	3
28	Aqua Golden Mississippi	1356	6255	5008	4206,33
29	Pelat Timah Nusantara	52	71	28	50,33
30	Unilever Indonesia	257	315	399	323,67
31	Indocement Tunggal Prakasa	267	474	746	495,67
32	Merck	3995	4400	6549	4981,33
33	Duta Pertiwi Nusantara	42,48	24,76	114,59	60,67
34	Tiga Raksa	51	121	54	75,33
35	Kimia Farma	9,40	9,97	11,25	10
36	Multi Bintang	4005	10511	16156	10224
37	Dynaplast	2,46	2,98	3,56	2,67
38	Sugi Samapersada	9,12	4,41	5,47	6
39	Japfa Comfeed Indonesia	121	170	393	228
40	Myoh Technology	-1,06	-0,76	-0,31	-71
41	Gudang Garam	124	188	220	177,33
42	Voksel Electric	64	6,30	64,45	44,67
43	Sumalindo Lestari Jaya	24	-213	-84	-91
44	Indofarma	3,57	1,66	2,76	2

45	Budi Acid Jaya	18	10	2	10
TOTAL		16026	28243	38285	

MAX		4005	10511	16156	10224
MIN		-98	-487	-84	-137,33
RATA - RATA		356,13	627,62	850,78	611,51

Sumbe : [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) , Laporan Keuangan Perusahaan Manufaktur. Data diolah kembali

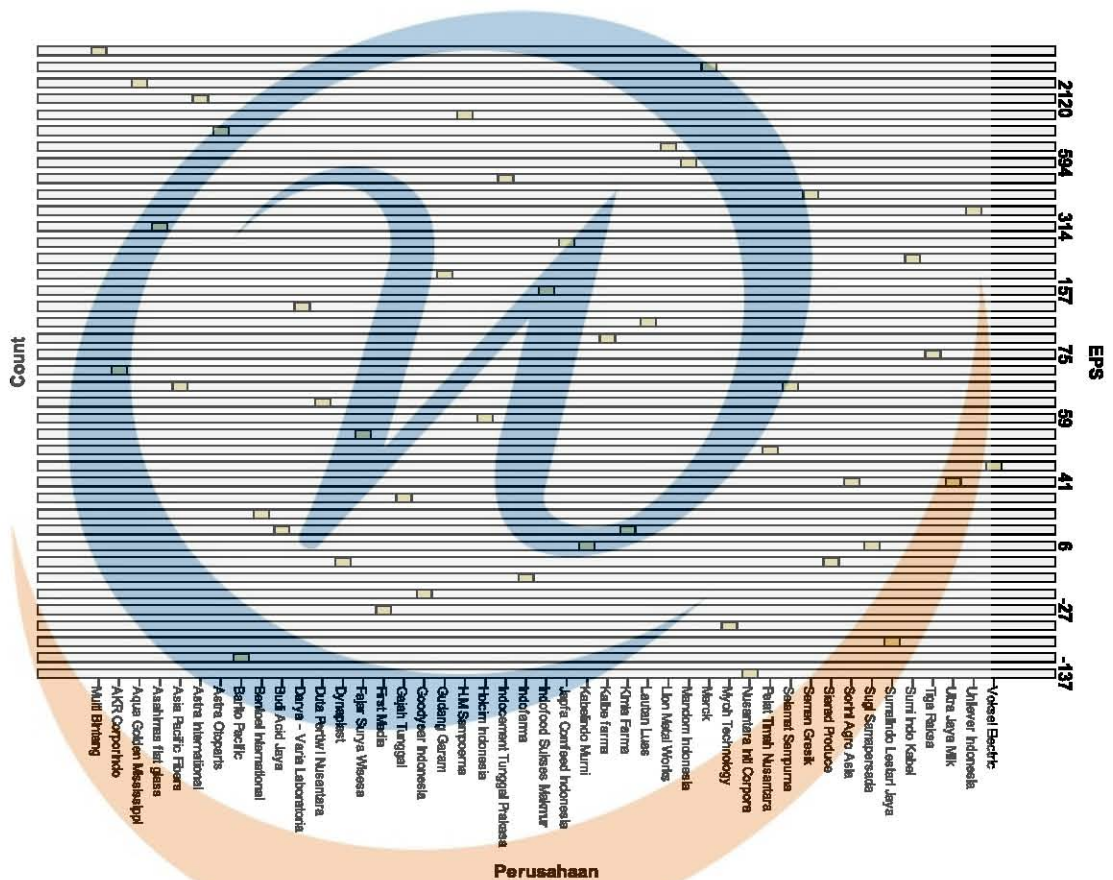
Berdasarkan tabel di atas rata – rata EPS pada tahun 2007 adalah 356,16, jadi dari setiap 1 lembar saham perusahaan manufaktur, perusahaan mendapatkan laba per lembar saham bersih sebesar 356,13. Pada tahun 2007 perusahaan yang memiliki EPS diatas rata – rata ada 9 perusahaan, yaitu Asahimas Flat Glass, H.M.Sampoerna, Astra International, Merck, Astra Otoparts, Lion Metal Works, Mandom Indonesia, Aqua Golden Mississippi dan Multi Bintang. Pada tahun 2008 rata – rata EPS adalah 627,62 jadi dari setiap 1 lembar saham perusahaan manufaktur, perusahaan mendapatkan laba per lembar saham bersih sebesar 627,62. Ada 7 perusahaan yang memiliki EPS di atas rata – rata pada tahun 2008, antara lain H.M.Sampoerna, Astra International, Astra Otoparts, Lion Metal Works, Merck, Aqua Golden Mississippi dan Multi Bintang. Sedangkan pada tahun 2009 rata – rata EPS adalah 850,78, jadi dari setiap 1 lembar saham perusahaan manufaktur, perusahaan mendapatkan laba per lembar saham bersih sebesar 850,78 dan perusahaan yang memiliki EPS di atas rata – rata pada tahun 2009 ada 6 perusahaan manufaktur yaitu H.M.Sampoerna, Astra International, Astra Otoparts, Merck, Aqua Golden Mississippi dan Multi Bintang. Dari keseluruhan nilai tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai rata – rata EPS pada perusahaan manufaktur cenderung mengalami kenaikan serta ada 6 perusahaan yang memiliki EPS diatas rata – rata selama kurun waktu 3 tahun, antara lain

H.M.Sampoerna, Astra International, Astra Otoparts, Merck, Aqua Golden Mississippi dan Multi Bintang.

Nilai EPS tertinggi pada tahun 2007 dimiliki oleh Multi Bintang yaitu sebesar 4005 jadi dari setiap 1 lembar saham perusahaan Multi Bintang, perusahaan mendapatkan laba per lembar saham bersih sebesar 4005 dan pada tahun 2008 dimiliki oleh Multi Bintang yaitu sebesar 10511 jadi dari setiap 1 lembar saham perusahaan Multi Bintang, perusahaan mendapatkan laba per lembar saham bersih sebesar 10511 untuk 2009 nilai EPS tertinggi masih tetap dimiliki oleh Multi Bintang yaitu sebesar 16156 jadi dari setiap 1 lembar saham perusahaan Multi Bintang, perusahaan mendapatkan laba per lembar saham bersih sebesar 16156. Dari nilai EPS yang dimiliki dapat disimpulkan bahwa Multi Bintang memiliki tingkat laba perusahaan yang baik, hal ini dapat dilihat dari nilai EPS yang mendominasi tertinggi dari beberapa tahun selama 3 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa Multi Bintang telah mampu untuk mengelola perusahaan dengan efisien untuk memperoleh keuntungan bersih. Sedangkan EPS terkecil pada tahun 2007 dimiliki oleh Nusantara Inti Corpora yaitu sebesar -98 jadi setiap 1 lembar saham perusahaan Nusantara Inti Corpora mendapatkan rugi sebesar -98, pada tahun 2008 dimiliki oleh Barito Pacific yaitu sebesar -487 jadi setiap 1 lembar saham perusahaan Barito Pacific mendapatkan rugi sebesar -487, pada tahun 2009 dimiliki oleh Sumalindo Lestari Jaya yaitu sebesar -84 jadi setiap jadi setiap 1 lembar saham perusahaan Sumalindo Lestari Jaya mendapatkan rugi sebesar -84. Nilai terendah yang dimiliki oleh Nusantara Inti Corpora, Barito Pacific dan Sumalindo Lestari Jaya memperlihatkan bahwa laba perusahaan masih kurang baik. Hal ini ditunjukkan dari dominasi nilai EPS yang lebih rendah bila dibandingkan beberapa perusahaan manufaktur lain dalam beberapa tahun selama 3 tahun.

Berdasarkan tabel serta penjelasan diatas, maka dapat digambarkan perkembangan rata – rata EPS setiap perusahaan manufaktur selama kurun waktu 3 tahun dalam bentuk grafik sebagai berikut :

**Gambar 4.1**  
**Keadaan Rata – rata Earnings per Share Setiap Perusahaan Manufaktur**  
**Periode 2007 – 2009**



#### 4.1.2 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Pengukuran tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan pada Laporan Tahunan dilakukan dengan metode yang paling sederhana dari metode *content analysis*. Proses kuantifikasi menggunakan teknik *indexing yes/no approach* yang merupakan bentuk paling sederhana dari metode *content analysis*. Pada teknik

ini, angka “1” (satu) diberikan apabila suatu kategori pengungkapan sosial diisi atau diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan sampel, angka “0” (nol) diberikan apabila suatu kategori tidak diungkapkan perusahaan sampel, total skor antara 0 sampai dengan 50. Indikator – indikator variabelnya (kategori) mengacu pada instrumen yang digunakan oleh **Sembiring (2005)**. Kategori pengungkapan terbagi menjadi 7 (tujuh) bagian dengan masing – masing bagian mempunyai komponen – komponen tersendiri antara lain:

1. Lingkungan

Bidang ini meliputi aktivitas pengendalian pencemaran dan pengendalian lingkungan hidup. Meliputi, pengendalian terhadap polusi, pencegahan atau perbaikan terhadap kerusakan lingkungan, konservasi alam dan pengungkapan lain yang berkaitan dengan lingkungan

2. Hak Azasi Manusia

Bidang ini meliputi aktivitas dalam pelaksanaan hal – hal yang berhubungan dengan hak – hak masyarakat ataupun karyawan dll.

3. Kesehatan dan Keselamatan Tenaga Kerja

Bidang ini meliputi aktivitas untuk kepentingan karyawan sebagai sumber daya manusia bagi perusahaan maupun aktivitas didalam suatu komunitas. Aktivitas tersebut antara lain, program pelatihan dan peningkatan ketrampilan, perbaikan kondisi kerja, upah dan gaji serta tunjangan yang memadai, kesehatan, pendidikan, seni dll

4. Lain – lain dengan tenaga kerja

Segala kegiatan lainnya yang berhubungan dengan tenaga kerja

5. Produk

Meliputi keamanan, pengurangan polusi dll

6. Keterlibatan Masyarakat

Meliputi segala kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang berhubungan dengan masyarakat.

## 7. Organizational Governance

Meliputi kebijakan perusahaan yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan.

Untuk penelitian skor penerapan CSR, dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$\text{Skor Penerapan CSR} = \frac{\text{Skor per tahun}}{\text{Skor maksimum}} \times 100$$

Berikut ini kondisi penerapan *Corporate Social Responsibility* pada periode 2007 – 2009 dapat dilihat dari table 4.2 berikut ini :

**Tabel 4.2**  
**Kondisi Penerapan *Corporate Social Responsibility***  
**Periode 2007 – 2009**

No	Nama Perusahaan	Periode			Rata - rata
		2007	2008	2009	
1	Barito Pacific	16%	22%	24%	21%
2	Kabelindo	30%	18%	22%	23%
3	First Media	22%	18%	28%	23%
4	Bentoel Int.	22%	18%	22%	21%
5	Akra Corp	20%	30%	38%	29%
6	Astra Int.	40%	42%	50%	44%
7	Darya - Varia	24%	24%	32%	27%
8	Mandom Indonesia	30%	26%	36%	31%
9	Astra Otoparts	30%	34%	40%	35%
10	Fajar Paper	26%	24%	30%	27%
11	Selamat Sempurna	20%	28%	32%	27%
12	Ultrajaya	20%	30%	30%	27%
13	Goodyear Indonesia	18%	22%	14%	18%
14	Sumalindo	30%	22%	22%	25%
15	Voksel Electric	20%	24%	34%	26%

16	Holcim	30%	36%	46%	37%
17	Lion Metal Works	32%	34%	42%	36%
18	Budi Acid Jaya	32%	28%	26%	29%
19	Japfa	32%	34%	36%	34%
20	Myoh Technology	12%	16%	18%	15%
21	Gudang Garam	32%	42%	42%	39%
22	Kimia Farma	26%	30%	36%	31%
23	Multi Bintang	24%	28%	34%	29%
24	Semen Gresik	44%	50%	54%	49%
25	Lautan Luas	20%	24%	32%	25%
26	Sugi Samapersada	22%	18%	26%	22%
27	Dynaplast	20%	22%	26%	23%
28	Merck	24%	28%	30%	27%
29	Tiga Raksa	28%	32%	34%	31%
30	Duta Pertiwi Nusantara	30%	30%	34%	31%
31	Asia Pacific Fibers	14%	14%	24%	17%
32	Kalbe	24%	30%	36%	30%
33	Gajah Tunggal	28%	28%	36%	31%
34	Sampoerna	34%	40%	42%	39%
35	Indofood	30%	34%	40%	35%
36	Indofarma	30%	30%	34%	31%
37	Sierad Produce	22%	24%	32%	26%
38	Pelat Timah Nusantara	28%	34%	34%	32%
39	Aqua	22%	34%	36%	31%
40	Unilever	36%	42%	52%	43%
41	Asahimas	28%	32%	20%	27%
42	Indocement	36%	42%	46%	41%
43	Sumi Indo Kabel	32%	42%	42%	39%
44	Sorini Agro Asia	26%	26%	32%	28%
45	Nusantara Inti Corpora	10%	14%	20%	15%
	total	1176%	1300%	1496%	1324%

	2007	2008	2009
MAX	44%	50%	54%
MIN	10%	14%	14%
RATA - RATA	26%	29%	33%

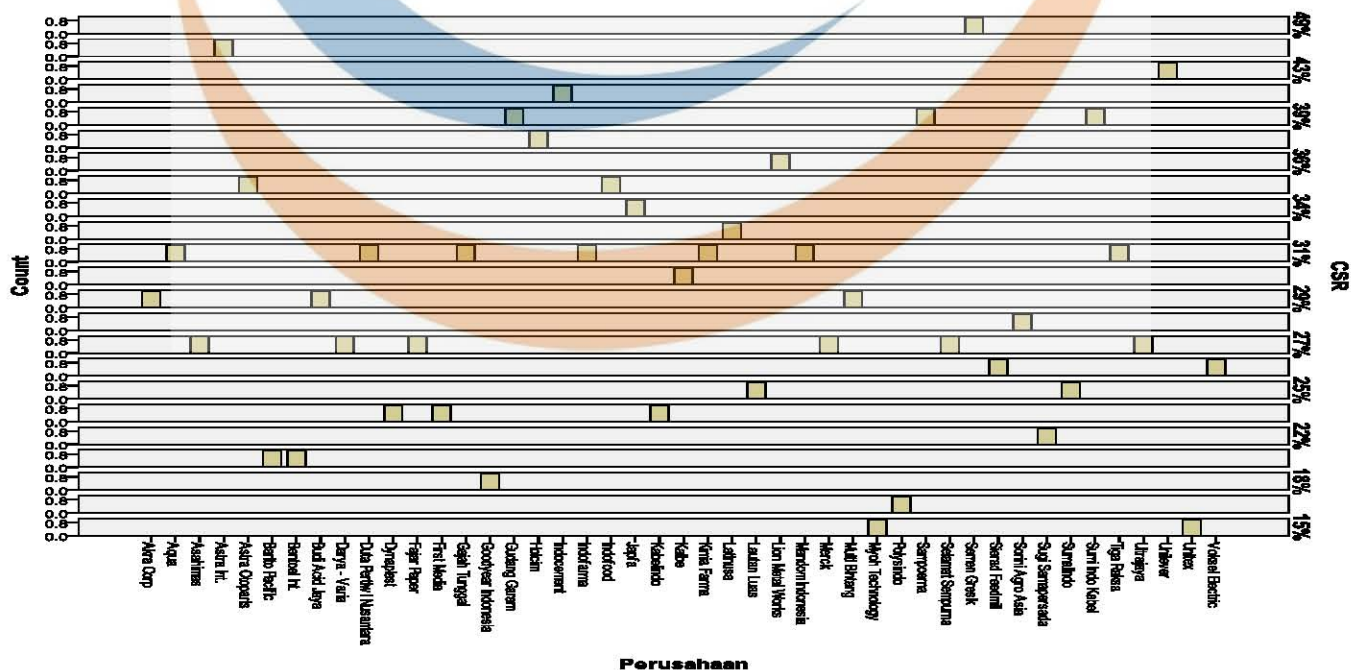
Berdasarkan Tabel diatas dapat dijelaskan bahwa rata – rata penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) manufaktur dalam Laporan Tahunan periode 2007 – 2009 cenderung mengalami kenaikan, dimana pada tahun 2007 sebesar 26%, tahun 2008 sebesar 29%, dan pada tahun 2009 sebesar 33% dengan nilai rata – rata ini, dapat dilihat bahwa terdapat 25 perusahaan sampel atau hampir lebih dari jumlah setengah perusahaan sampel yang mempunyai tingkat pengungkapan dibawah rata – rata ini menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan yang dilakukan perusahaan manufaktur yang dijadikan sampel cenderung belum terlalu tinggi, karena nilai rata – ratanya masih dibawah 50%. Dalam periode 3 tahun di atas, hanya ada 17 perusahaan yaitu Astra Internasional, Astra Otoparts, Holcim Indonesia, Semen Gresik, Indofood, H.M. Sampoerna, Indofarma, Lion Metal Works, Japfa, Gudang Garam, Kimia Farma, Tiga Raksa, Duta Pertiwi Nusantara, Pelat Timah Nusantara, Unilever, Indocement, Sumi Indo Kabel.

Berdasarkan Tabel diatas dapat dijelaskan bahwa besarnya tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial yang paling rendah pada tahun 2007 adalah sebesar 10% yaitu pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh Nusantara Inti Corpora yang mempunyai EPS -98 atau rugi, untuk tahun 2008 tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial yang paling rendah yaitu sebesar 14% yang merupakan pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh Nusantara Inti Corpora dan Asian Pacific Fibers dengan EPS masing -137 dan -264 atau rugi sedangkan untuk tahun 2009 tingkat pengungkapan sosial yang paling rendah adalah sebesar 14% yang merupakan pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh Goodyear Indonesia dengan EPS -1,55 ataupun bisa dibilang rugi. Sementara itu, untuk tingkat pengungkapan sosial yang paling tinggi pada tahun

2007 adalah pengungkapan yang dilakukan oleh Semen Gresik yaitu sebesar 44% dengan EPS 299 dan untuk tingkat pengungkapan yang paling tinggi pada tahun 2008 adalah pengungkapan tanggung jawab yang dilakukan oleh Semen Gresik yaitu sebesar 50% dengan tingkat EPS 426. Pada tahun 2009 tingkat pengungkapan yang paling tinggi pada tahun 2008 adalah pengungkapan tanggung jawab yang dilakukan oleh Semen Gresik yaitu sebesar 54% dengan tingkat EPS 566. Dari data diatas dapat diambil kesimpulan bahwa perusahaan dengan EPS yang rendah atau bahkan rugi melakukan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial yang kurang baik. Sedangkan apabila perusahaan mempunyai EPS yang tinggi atau untung maka perusahaan akan melakukan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial yang cenderung baik atau lebih tinggi.

Berdasarkan tabel serta penjelasan diatas, maka dapat digambarkan perkembangan rata – rata EPS setiap perusahaan manufaktur selama kurun waktu 3 tahun dalam bentuk grafik sebagai berikut :

**Gambar 4.2**  
**Keadaan Rata – rata Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Setiap**  
**Perusahaan Manufaktur**  
**Periode 2007 – 2009**



## 4.2 Pembahasan

### 4.2.1 Hubungan Laba (EPS) Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Penulis melakukan uji statistik untuk mengetahui apakah secara statistik terdapat hubungan antara laba perusahaan (EPS) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2007 – 2009. Untuk mengetahui bagaimana hubungan variabel – variabel tersebut, penulis terlebih dahulu melakukan analisis point biserial dan pengujian signifikansi koefisien korelasi (uji t).

#### 4.2.1.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Data yang telah ada perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas agar dapat dibuktikan bahwa data tersebut memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan dengan metode *Point Biserial*. Oleh karena itu skala pengukuran yang dipakai minimal ordinal menurut **Singgih Santoso (2000:314)**

Berikut ini adalah hasil perhitungan uji validitas dan reliabilitas berdasarkan pengolahan data menggunakan Excel

**Tabel 4.3**  
**Hasil Perhitungan *Point Biserial***

	item 1	item 2	item 3	item 4	item 5	item 6	item 7
<b>POINT BISERIAL</b>	0.436	0.445	0.256	0.473	0.273	0.539	0.434

Setelah dihitung dan didapat *Point Biserial* masing – masing item yaitu berdasarkan tabel perhitungan *point biserial* terlampir maka selanjutnya dilakukan uji korelasi dalam rumus *Spearman Brown* :

$$r = \frac{r_{pbis}}{1 + r_{pbis}}$$

Perhitungan untuk item 1  
0,436

$$r_{sb1} = \frac{0,436}{1 + (0,436)}$$

**$r_{sb1} = 0,303$**

Item yang lainnya menggunakan rumus yang sama maka akan diperoleh hasil sebagai berikut

**Tabel 4.4**  
**Hasil Perhitungan Spearman Brown**

	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7
$r_{sb}$	0,303	0,308	0,204	0,321	0,215	0,350	0,303

Setelah hasil perhitungan *Spearman Brown* maka untuk mengetahui validitas item – item tersebut maka hasil perhitungan *Spearman Brown* dimasukan dalam rumus uji T untuk mengetahui validitas data yang dipakai

Rumus Uji T :

$$t_{hitung} = \frac{r \sqrt{n - 2}}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Perhitungan untuk item 1

$$t_{hitung} = \frac{0,303 \sqrt{45 - 2}}{\sqrt{1 - 0,0921}}$$

$$t_{hitung} = \frac{1,9904}{0,9528}$$

$$t_{hitung} = 2,0890$$

Item yang lainnya juga menggunakan rumus yang sama maka akan diperoleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 4.5**  
**Hasil Pengujian Validitas**

Kategori	T Hitung	T Tabel	Keterangan
Keterlibatan Masyarakat	2,0890	2,0154	<b>Valid</b>
Lingkungan	2,1240	2,0154	<b>Valid</b>
Ketenagakerjaan	1,3659	2,0154	<b>Tidak Valid</b>
Hak Azasi Manusia	2,2244	2,0154	<b>Valid</b>
Produk dan Konsumen	1,4412	2,0154	<b>Tidak Valid</b>
Kesehatan dan Keselamatan Kerja	2,4530	2,0154	<b>Valid</b>
<i>Organizational Governance</i>	2,0843	2,0154	<b>Valid</b>

Hasil perhitungan validitas item. Nilai korelasi item dengan total item yang dikoreksi dapat dilihat pada kolom t hitung. Selanjutnya, nilai ini kita bandingkan dengan t tabel. Jika nilai t hitung positif dan lebih besar daripada t tabel, maka item tersebut dinyatakan valid. Dengan menggunakan alpha 5% ( $\alpha = 0,05$ ) nilai t tabel dengan  $N = 45 - 1 = 44$ , nilai yang didapat adalah 2,0154. dapat dilihat bahwa item 3 dan item 5 bernilai kurang dari t tabel. Jadi, dapat disimpulkan bahwa item 3 dan item 5 tidak valid item. Dan 3 merupakan ketenagakerjaan tidak menjadi fokus karena perusahaan menilai lebih penting untuk memperoleh citra baik dari *stakeholders*, sedangkan item 5 yang merupakan produk dan konsumen tidak menjadi fokus karena

selama ini perusahaan sudah menjalankan program yang berkesinambungan. Oleh karena itu, harus diperbaiki atau dibuang.

Setelah dilakukan uji validitas tentang keabsahan data untuk digunakan dalam penelitian maka perlu dilakukan uji data keandalan (reliable), maka disini dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan teknik belah dua (*Split half method*). Dari tabel perhitungan data reliabilitas terlampir, dilakukan perhitungan *Pearson Product Moment* yang selanjutnya dilakukan uji korelasi *Spearman Brown* dan untuk mengetahui data yang digunakan reliable maka hasil perhitungan *Spearman Brown* dimasukkan ke dalam rumus uji T .

Berikut hasil perhitungan data yang dilakukan menggunakan metode *Split Half* dengan uji product moment

**Tabel 4.6**  
**Data Perhitungan Korelasi**

No	ganjil	genap	$x^2$	$y^2$	xy
1	30	15	900	225	450
2	18	9	324	81	162
3	13	8	169	64	104
4	29	17	841	289	493
5	28	19	784	361	532
6	12	9	144	81	108
7	21	16	441	256	336
8	30	34	900	1156	1020
9	27	15	729	225	405
10	26	13	676	169	338
11	24	6	576	36	144
12	20	7	400	49	140
13	15	11	225	121	165
14	14	12	196	144	168
15	22	10	484	100	220
16	16	20	256	400	320
17	20	10	400	100	200
18	19	9	361	81	171
19	20	10	400	100	200
20	26	14	676	196	364
21	21	20	441	400	420
22	13	17	169	289	221
23	10	6	100	36	60

24	16	7	256	49	112
25	27	5	729	25	135
26	17	13	289	169	221
27	20	11	400	121	220
28	24	16	576	256	384
29	22	15	484	225	330
30	24	23	576	529	552
31	24	22	576	484	528
32	13	11	169	121	143
33	22	13	484	169	286
34	17	13	289	169	221
35	28	9	784	81	252
36	23	9	529	81	207
37	18	8	324	64	144
38	15	10	225	100	150
39	27	10	729	100	270
40	13	1	169	1	13
41	26	18	676	324	468
42	19	8	361	64	152
43	19	8	361	64	152
44	28	9	784	81	252
45	23	12	529	144	276
Total	939	558	20891	8380	12209

Hasil reliabilitas dapat dilihat dengan menggunakan rumus *Product Moment Pearson*,  
Sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n(\sum X^2) - (X)^2\} \{n(\sum Y^2) - (Y)^2\}}}$$

$$r = \frac{45(12209) - (939)(558)}{\sqrt{\{45(20891) - (939)^2\} \{45(8380) - (558)^2\}}}$$

$$r = \frac{25443}{61945,72838}$$

$$r = 0,4107305$$

Setelah dihitung dan didapat dan didapat koefisien korelasinya yaitu sebesar 0,4107305 maka selanjutnya dimasukan dalam rumus *Spearman Brown* :

$$r_i = \frac{2r_{xy}}{1+r_{xy}}$$

$$r_i = \frac{2(0,4107305)}{1 + (0,4107305)}$$

$$r_i = 0,582294775$$

Setelah hasil perhitungan *Spearman Brown* maka untuk mengetahui validitas item – item tersebut maka hasil perhitungan *Spearman Brown* dimasukan dalam rumus uji T untuk mengetahui reliabilitas data

Rumus Uji T :

$$t_{hitung} = \frac{r \sqrt{n - 2}}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Perhitungan untuk reliabilitas

$$t_{hitung} = \frac{3,81836219}{0,812977733}$$

$$t_{hitung} = 4,696761098$$

Sehubungan dengan angka yang diperoleh diatas, maka t tabelnya adalah alpha 5% ( $\alpha = 0,05$ ) nilai t tabel dengan  $N = 45 - 1 = 44$ , nilai yang didapat adalah 2,0154. maka t hitung (4,696761098) > t tabel (2,0154), sehingga data tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah reliabel, Artinya data pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang didapatkan untuk dilanjutkan penelitian dapat diandalkan.

#### 4.2.1.3 Uji Hipotesis Chi – Square (Chi Kuadrat)

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar hubungan Laba Perusahaan dengan menggunakan indikator *Earnings per Share* dengan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2007 – 2009. Pengujian hipotesis dilakukan pada kedua variabel tersebut, yaitu *Earnings per Share* dan pengungkapan tanggung jawab sosial dengan langkah – langkah berikut :

1. Menentukan Kategori Laba Perusahaan

Menentukan kategori tingkat laba digunakan asumsi statistik sebagai berikut :

$$P = \frac{\text{Rentang}}{K}$$

$$P = \frac{16156 - (487)}{4}$$

$$P = 4160,75$$

Rugi (487) – 0  
 Rendah 0 – 3673,75  
 Sedang 3673,75 – 7834,5  
 Tinggi 7834,5 ke atas

Tabel 4.7

#### Perusahaan Yang Termasuk Klasifikasi Rugi

Perusahaan	EPS			Corporate Social Responsibility					
				Banyaknya item CSR yang diungkapkan			Banyaknya item CSR yang tidak diungkapkan		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009
Barito Pacific		-487			9			28	
Goodyear Indonesia		-0,32	-1,55		8	4		29	33
First Media		-124			6			31	
Nusantara Inti Corpora	-98	-317		3	5		34	32	
Asia Pacific Fibers	-22	-264		6	6		31	31	
Gajah Tunggal		-179			12			25	
Myoh Technology	-1,06	-0,76	-0,31	3	5	6	34	32	31

Sumalindo Lestari Jaya		-213	-84		8	8		29	29
Jumlah								89	429

**Tabel 4.8**  
**Perusahaan Yang Termasuk Klasifikasi Laba Rendah**

Perusahaan	EPS			Corporate Social Responsibility					
				Banyaknya item CSR yang diungkapkan			Banyaknya item CSR yang tidak diungkapkan		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009
Holcim Indonesia	22	37	117	12	15	18	25	22	19
Asahimas Flat Glass	357	526	58	9	11	7	28	26	30
Goodyear Indonesia	2,65			6			31		
H.M Sampoerna	827	889	1161	13	16	16	24	21	21
Astra Indonesia	1610	2270	2480	15	14	16	22	23	21
Bentoel Indonesia	39	35,5	3,7	7	7	7	30	30	30
AKR Corporindo	61	67	88	10	13	15	27	24	22
Semen Gresik	299	426	566	19	21	22	18	16	15
Astra Otoparts	590	734	996	11	15	17	26	22	20
Lion Metal Works	486	727	810	12	13	15	25	24	22
Lautan Luas	92	107	110	8	9	13	29	28	24
Barito Pacific	15		78	7		11	30		26
Kabelindo Murni	11	4	2	11	7	9	26	30	28
First Media	3		40	8		11	29		26
Darya – Varia Laboratoria	89	128	155	9	9	10	28	28	27
Mandom Indonesia	591	590	600	12	10	13	25	27	24
Surya Fajar Wisesa	49,2	14,8	111,7	13	12	15	24	25	22
Selamat Sempurna	56	64	92	7	10	12	30	27	25
Ultrajaya Milk	10	105	9	7	11	12	30	26	25
Indofood Sukses makmur	115	120	236	12	13	16	25	24	21

Sorini Agro Asia	253	319	2	9	9	13	28	28	24
Sumi Indo Kabel	68	22	34	11	15	16	26	22	21
Nusantara Inti Corpora			3,47			8			29
Asia Pacific Fibers			498			10			27
Kalbe Farma	70	72	97	8	10	13	29	27	24
Gajah Tunggal	29		260	12		14	25		23
Sierad Produce	2	3	4	8	9	12	29	28	25
Aqua Golden Mississippi	1356			9			28		
Pelat Timah Nusantara	52	71	28	11	13	13	26	24	24
Unilever Indonesia	257	315	399	14	15	19	23	22	18
Indocement Tunggal Perkasa	267	474	746	15	20	19	22	17	18
Duta Pertiwi Nusantara	42,48	24,76	114,59	11	11	13	26	26	24
Tiga Raksa	51	121	54	9	10	10	28	27	27
Kimia Farma	9,40	9,97	11,25	10	11	13	27	26	24
Dynaplast	2,46	2,98	3,56	8	8	10	29	29	27
Sugi Samapersada	9,12	4,41	5,47	8	8	9	29	29	28
Japfa Comfeed Indonesia	121	170	393	12	12	13	25	25	24
Gudang Garam	124	188	220	12	16	16	25	21	21
Voksel Electric	64	6,30	64,45	7	7	12	30	30	25
Sumalindo Lastari Jaya	24			11			26		
Indofarma	3,57	1,66	2,76	13	13	14	24	24	23
Budi Acid Jaya	18	10	2	12	12	11	25	25	26
	Jumlah			1336			2845		

**Tabel 4.9**  
**Perusahaan Yang Termasuk Klasifikasi Laba Sedang**

Perusahaan	EPS			Corporate Social Responsibility					
				Banyaknya item CSR yang diungkapkan			Banyaknya item CSR yang tidak diungkapkan		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009
Aqua Golden Mississippi		6255	5008		15	16		22	21
Merck	3995	4400	6549	7	8	9	30	29	28
Multi Bintang	4005			10			27		
Jumlah				65			157		

**Tabel 4.10**  
**Perusahaan Yang Termasuk Klasifikasi Laba Tinggi**

Perusahaan	EPS			Corporate Social Responsibility					
				Banyaknya item CSR yang diungkapkan			Banyaknya item CSR yang tidak diungkapkan		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009
Multi Bintang		10511	16156		10	12		27	25
Jumlah				22			52		

1. Menentukan hipotesis statistik

Ho : Laba tidak berhubungan dengan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial pada laporan tahunan beberapa perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Ha : Laba berhubungan dengan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial pada laporan tahunan beberapa perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi yang diambil dalam penelitian ini adalah 5% ( $\alpha=0,05$ ) dengan taraf bebas d.k.  $=(4-1)(2-1) = 3$  untuk mengetahui  $\chi^2$  tabel

Berdasarkan perhitungan chi – square secara manual adalah sebagai berikut :

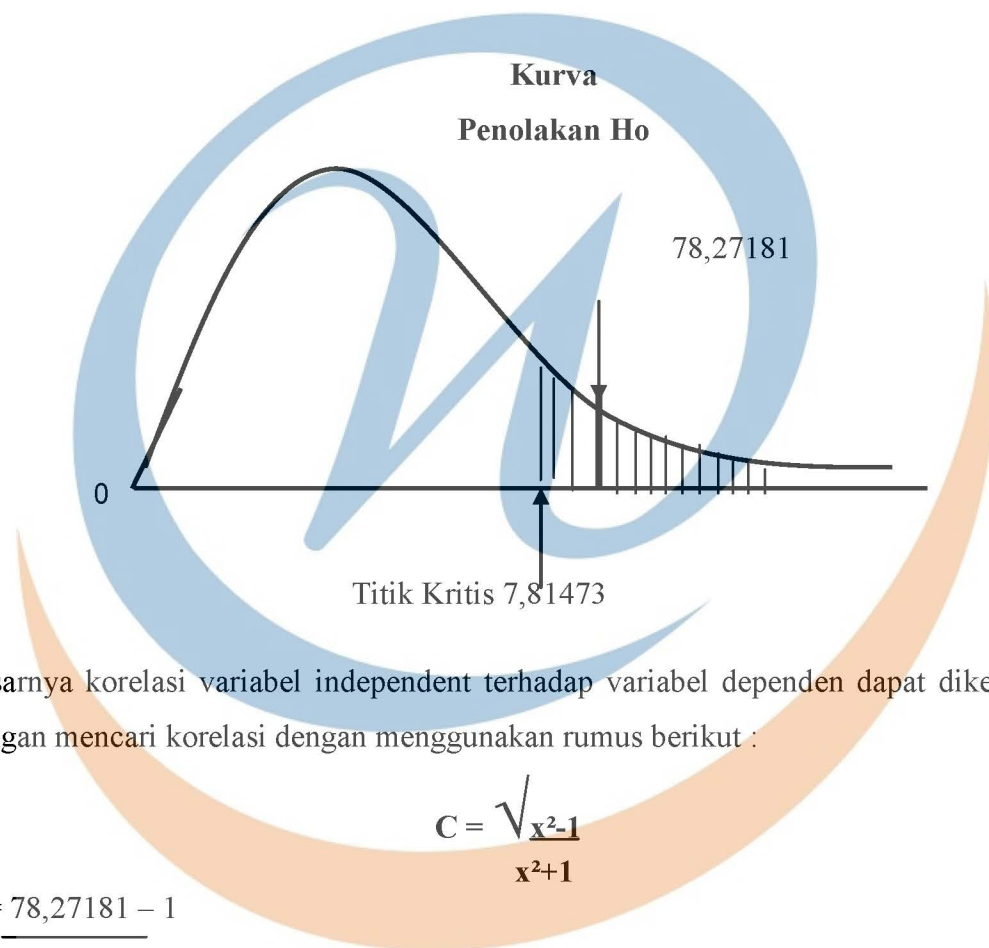
**Tabel 4.11**  
**Uji Statistik**  
**Hubungan Laba (X) dengan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Y)**

Tingkat Laba	Item CSR Yang Diungkapkan	Item CSR Yang Tidak Diungkapkan	TOTAL
RUGI	89	429	518
RENDAH	1336	2845	4181
SEDANG	65	157	222
TINGGI	22	52	74
<b>Total</b>	1512	3483	4995

Expected	Observed	(E – O)	(E – O) <sup>2</sup> /E
89	156,8	-67,8	51,64989
1336	1265,6	70,4	3,70970
65	67,2	-2,2	0,07446
22	22,4	-0,4	7,27272
429	361,2	67,8	10,71524
2845	2915,4	-70,4	1,74205
157	154,8	2,2	0,03083
52	51,6	0,4	3,07692
<b>Total Chi - Square</b>			78,27181

Nilai  $X^2$  tabel pada tingkat kepercayaan 95% ( $\alpha = 5\%$ ). Dengan d.k. =  $(4-1)(2-1) = 3$  adalah sebesar 7,81473

Berdasarkan hasil perhitungan di atas  $78,27181 < 7,81473$  yang berarti  $X^2$  hitung  $< X^2$  tabel. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis  $H_0$  ditolak. Hal ini berarti hasil yang diperoleh dari pengujian hipotesis menunjukkan terdapat hubungan antara Laba dengan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI.



Besarnya korelasi variabel independent terhadap variabel dependen dapat diketahui dengan mencari korelasi dengan menggunakan rumus berikut :

$$C = \frac{\sqrt{x^2-1}}{x^2+1}$$

$$C = \frac{78,27181 - 1}{78,27181 + 1}$$

$$C = \sqrt{0,8722401} \quad C = 0,9339379$$

Ternyata  $C = 0,9339379$  ini lebih besar dibandingkan dengan  $C_{maks} = 0,707$ , berarti korelasi variabel independent dengan variabel dependen sangat berhubungan.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai hubungan laba dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

##### **1. Laba Perusahaan (*Earnings per Share*) Perusahaan Manufaktur**

Kondisi rata – rata *Earnings per Share* sebagai indikator dari laba perusahaan pada tahun 2007 – 2009 untuk perusahaan manufaktur yang menjadi alat analisis menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) cenderung mengalami peningkatan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata – rata *Earnings per Share* yang tiap tahun meningkat, pada tahun 2007 sebesar 356,16, pada tahun 2008 menjadi 627,62 dan kemudian pada tahun 2009 mengalami peningkatan cukup tinggi menjadi sebesar 850,78. Perusahaan yang memiliki total rata – rata *Earnings per Share* tertinggi adalah Multi Bintang Tbk. dengan total rata – rata *Earnings per Share* sebesar 2120. Sementara itu, untuk total rata – rata *Earnings per Share* terendah dimiliki oleh Nusantara Inti Corpora Tbk. dengan total rata – rata *Earnings per Share* sebesar -137,33.

##### **2. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial**

Kondisi rata – rata pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada tahun 2007 – 2009 untuk perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Yang menjadi unit analisis cenderung mengalami kenaikan tetapi tidak terlalu tinggi. Ini terlihat dari besarnya nilai rata – rata yang masih berada pada kisaran < (kurang dari) 50%. Tapi setidaknya menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan manufaktur telah mengungkapkan tanggung jawab sosial yang telah

dilakukannya tercermin. Pengungkapan mengenai tanggung jawab sosial ini mengindikasikan bahwa perusahaan kini memperhatikan atau peduli terhadap masalah lingkungan dan sosial.

### 3. Hubungan Laba dengan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 45 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2007 – 2009 serta didukung oleh teori – teori yang melandasi hasil perhitungan yang diuraikan pada bab IV, dan dengan hipotesis awal dari penelitian ini penulis menyimpulkan terdapat hubungan positif dan sangat berhubungan antara laba dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Laba yang diukur dengan menggunakan indikator *Earnings per Share* (EPS) memiliki hubungan yang erat dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dari hasil analisis statistik Chi – square dengan nilai  $X^2$  78,27181 dapat diketahui laba mempunyai hubungan yang erat dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, dan dari hasil besarnya analisis korelasi variabel independent terhadap variabel dependen menunjukkan bahwa  $C= 0,9339379$  yang ternyata ini lebih besar dibandingkan dengan  $C_{maks} = 0,707$ , berarti korelasi variabel independent dengan variabel dependen sangat berhubungan.

## 5.2 Saran

Keterbatasan waktu, referensi dan pengetahuan yang dimiliki, penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mendapatkan hasil yang memuaskan. Oleh karena itu penulis bermaksud mengajukan beberapa saran yang berkaitan dengan penelitian ini antara lain :

### 1. Saran untuk perusahaan

*Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu bentuk kegiatan yang sangat positif dalam rangka mewujudkan pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable development*). Oleh karena itu, kegiatan CSR ini

disarankan untuk dilakukan secara kontinu oleh perusahaan, karena CSR merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk membentuk citra positif di depan para *stakeholders*-nya. Pembentukan citra ini tentunya harus pula didukung dengan adanya pengungkapan yang memadai mengenai kegiatan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan tersebut didalam sebuah media komunikasi perusahaan terhadap *stakeholders*-nya, misalnya didalam laporan tahunan (*annual report*), laporan CSR (*sustainability reporting*), ataupun media komunikasi lainnya. Selain sebagai pembentukan citra, pengungkapan atas kegiatan CSR ini dilakukan juga sebagai bentuk akuntabilitas perusahaan terhadap para *stakeholders* yang akan berpengaruh terhadap *going concern* perusahaan.

## 2. Saran untuk Investor

Hasil penelitian ini dapat dijadikan pegangan dalam menentukan langkah untuk dapat berinvestasi pada perusahaan, yaitu dengan memperhatikan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebelum membuat keputusan investasi. Perusahaan yang mengungkapkan tanggung jawab sosialnya yang berkesinambungan akan memiliki citra yang baik di mata konsumen dan akan menimbulkan loyalitas dari konsumen terhadap perusahaan. Dengan demikian keberlanjutan perusahaan yang berkomitmen pada tanggung jawab sosial akan lebih terjaga.

## 3. Saran untuk Pemerintah dan Bapepam

Pemerintah dan Bapepam diharapkan membuat sebuah aturan dan standar yang jelas mengenai pelaksanaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, agar tidak menimbulkan kesimpangsiuran mengenai masalah ini. Apalagi dengan dikeluarkannya Undang – Undang No. 40 tahun 2007 yang mewajibkan perusahaan untuk melaporkan mengenai kegiatan tanggung jawab sosialnya, tentunya aturan dan standar tersebut sangat jelas dibutuhkan

sebagai pedoman agar pelaporan yang disampaikan oleh perusahaan tersebut mempunyai keseragaman.

4. Saran kepada peneliti lainnya

- a. Peneliti dapat melakukan penelitian lebih lanjut tentang apakah terdapat faktor lain selain laba perusahaan yang mempunyai hubungan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan.
- b. Penelitian dapat menggunakan sampel perusahaan selain perusahaan manufaktur, misalkan pertambangan, jasa, retail dan lain – lain yang sampelnya lebih mudah didapatkan secara keseluruhan agar penelitian lebih akurat.

## DAFTAR PUSTAKA

### I. Buku Referensi

- Alwi, Hasan, 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Belkoui, Ahmed R., 2006. *Accounting Theory, Jilid Satu*, Edisi Kelima, Jakarta, Salemba Empat.
- Budimanta, Arif, Adi Prasetijo, dan Bambang Rudito. 2004. “*Corporate Social Responsibility “Alternatif Bagi Pembangunan Indonesia”*”, ICSD.
- Business Wire, Inc. 1997. *New Cone/Roper Report: With Government Cutbacks, Americans Yearn for Business to Help Fill Gap in Programs*. Business Wire (January 15).
- Collin, James dan Jerry Porras, 1999. *Built To Last; Succesfull Habits of Visionary Companies*, New York: Harperbusiness.
- Darsono dan Ashari, 2005. *Pedoman Praktis Memahami Laporan Keuangan*, Yogyakarta, Andi.
- Elkington, John, 1998. *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21<sup>st</sup> Century Business*, Gabriola Island, BC: New Society Publishers.
- Eldon S Hendrikson, Michael F Van Breda, 2000. *Teori Akunting, Jilid Dua*, Batam: Interaksara.
- Gibson, Charles H, 2001, *Financial Reporting Analysis*, 8<sup>th</sup> ed, South Western College Publishung.
- Gray, R, Owen, D. And Maunders, K, 1987. *Corporate Social Reporting: Accounting and Accountability*, London: Prentice – Hall
- Harahap, Sofyan Syafri, 2004, *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*, Cetakan 4, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ikatan Akuntan Indonesia, 2009. *Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan*, Jakarta: Salemba Empat.

- Kieso, Weygant, 2005. *Intermediate Accounting*, 11<sup>th</sup> ed, United States of America: John Wiley & Sons. Inc.
- Kotler, Philip dan Nancy Kotler, 2005, *Corporate Social Responsibility, Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*, Canada: John Wiley and Sons. Inc
- Munawir, 2004, *Analisa Laporan Keuangan*, Edisi Keempat, Cetakan Ketigabelas, Yogyakarta, Liberty.
- Nazir Moh, Ph.D, 2003, *Metode Penelitian*, Cetakan Kelima, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nur, Indriantoro dan Bambang Supomo, 2002, *Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Stice, Stice Skousen, 2004, *Akuntansi Keuangan*, Jakarta: Salemba Empat
- Sudjana, 1997, *Statistika untuk Ekonomi dan Niaga II*, Edisi Ketiga, Cetakan Ketiga, Bandung: Tarsito.
- Sugiyono, 2003, *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan Kelima, Bandung, CV Alfabeta
- Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Riset Bisnis*, Cetakan Kelima, Bandung, CV Alfabeta.
- Undang – undang Nomor 21 tahun 2000 tentang Serikat Pekerja/Serikat Buruh.
- Warren, Carl S, Reeve, James M, Fees, Philip E, 2005, *Accounting (Edisi Bahasa Indonesia)*, Edisi Ke 21, Jakarta, Salemba Empat.

## **II. Jurnal**

- Anggraini, Fr. Reni Retno, 2006. “*Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan – Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta)*”. Simposium Nasional Akuntansi IX, Padang.

- Basamallah, Anies S, and Johnny Jermias, 2005. ***“Social and Enviromental Reprting and Auditing in Indonesia: Maintaining Organizational Legitimacy?”***, Gadjah Mada International Journal of Business, January – April 2005, Vol. 7 No. 1, pp. 109 – 127.
- Budiarta, Ketut, 2008. ***“Cara Pandang Undang – undang RI. No. 40 Tahun 2007 dan Undang – undang RI. No. 17 Tahun 2000 Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR)”***. Buletin Studi Ekonomi. Volume 13 Nomor 2 Tahun 2008.
- Darwin, Ali, 2004. ***“Penerapan Sustainability Reporting di Indonesia”***, Konvensi Nasional Akuntansi V, Program Profesi Lanjutan. Yogyakarta, 13-15 Desember.
- Dede, Abdul Hasyir, 2003. ***“Pengungkapan Informasi Pertanggung Jawaban Sosial Pada Laporan Tahunan Perusahaan – Perusahaan Publik di Bursa Efek Jakarta”***, Jurnal Akuntansi dan Keuangan Fakultas Ekonomi Universitas Padjadjaran.
- Clarissa, Neysa, 2009. ***“Pengaruh Ukuran Perusahaan (Firm Size) Terhadap Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan – Perusahaan Go Public yang Bergerak di Bidang Industri Manufaktur di BEI”***. Skripsi Program Studi Akuntansi Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Widayatama Bandung (tidak dipublikasikan).
- Gray, R, Javad, M, Power, David M and Sinclair C. Donald, 2001. ***“Social and Environmental Disclosure and Corprate Characteristik: A Research Note and Extension”***, Journal of Bisnis Finance and Accounting, Vol 28 No. 3, pp 327-356.
- Gray, Rob, Reza Kouhy and Simon Lavers, 1995. ***“Corporate Social and Enviromental Reporting: A Review of Literature and a Longitudinal Study of UK Disclosure”***, Accounting, Auditing and Accountability Journal. Vol. 8, No. 2, p. 47-77.
- Guthrie, J and Parker, L.D. 1990. ***“Corporate Social Disclosure Practice: A Comparative International Analysis”***, Advances in Public Interest Accounting, Vol. 3, pp. 159-175.
- Hackston, 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, p. 77-108.

- Hasibuan, Rizal 2001. ***“Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial”***, Tesis, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Mariana, Anna, 2007. ***“Pengaruh Laba Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Laporan Tahunan Perusahaan High Profile yang Terdaftar di BEJ”***, Skripsi Program Studi Akuntansi Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Padjadjaran (tidak dipublikasikan).
- Mathews, M.R. 1995, ***“Social and Enviromental Accounting: A Practical Demonstration of Ethical Concern”***, Journal of Business Eyhics, Vol. 14 No. 8, pp. 63-73.
- Nandang, Cecep, 2007. ***“Pengaruh Profitabilitas Terhadap Tingkat Pengungkapan Pertanggung Jawaban Sosial pada Perusahaan – Perusahaan Go Public yang bergerak di Bidang Industri Manufaktur di BEJ”***, Skripsi Program Studi Akuntansi Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Padjadjaran (tidak dipublikasikan).
- Nur Asri, Siti E, 2009. ***“Pengaruh Biaya Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Kasus Pada PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten”***, Skripsi Program Studi Akuntansi Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Widayatama Bandung (tidak dipublikasikan).
- Rakhmad S, Rakhmad, 2006. ***“Analisis Perbedaan Harga dan Volume Saham Sebelum dan Sesudah Pengumuman Indonesia Sustainability Reporting Award (ISRA)”***. Jurnal Skripsi.com.
- 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, 2005.
- Sukada, Sonny dan Jalal, 2008. ***“Pelaporan Keberlanjutan: Alat Akuntabilitas dan Manajemen”***, makalah yang disajikan pada seminar dua hari, *Corporate Social Responsibility: Strategy, Management and Leadership*, Intipesan, Hotel Aryaduta Jakarta 13-14 Februari.
- Utomo, Muhammad Muslim, 2000. ***“Praktek Pengungkapan Sosial pada Laporan Tahunan Perusahaan Di Indonesia”***, Simposium Nasional Akuntansi III

**Website dan Referensi Lainnya :**

World Business Council for Sustainable Development, 2002, *Making Good Business Sense*, WBCSD Publications on [www.wbcsd.org](http://www.wbcsd.org), the Switzerland.

[www.google.com](http://www.google.com)

[www.bapepam.go.id](http://www.bapepam.go.id)

[www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)

[www.csrindo.com](http://www.csrindo.com)

[www.forumakuntansi.com](http://www.forumakuntansi.com)

[www.forumstatistika.org](http://www.forumstatistika.org)

[www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

[www.iso.com](http://www.iso.com)

[www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)

[www.watchbusiness.org](http://www.watchbusiness.org)



**TABEL KUANTIFIKASI  
PENGUNGKNKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL**

	2007	2008	2009
Item – item Pengungkapan			
<b>Keterlibatan Masyarakat</b>			
1. Sumbangan tunai, produk, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat, pendidikan dan seni			
2. Sumbangan untuk korban bencana alam.			
3. Tenaga kerja paruh waktu dari mahasiswa/pelajar			
4. Sebagai sponsor untuk proyek kesehatan masyarakat			
5. Membantu riset medis			
6. Sebagai sponsor untuk konferensi pendidikan, seminar atau pameran seni			
7. Membiayai program beasiswa			
8. Membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat			
9. Mendukung pengembangan industri kecil			
10. Membangun infrastruktur untuk public			
11. Membangun hubungan timbal balik, dan melibatkan masyarakat dalam operasi perusahaan			
Skor			
<b>Lingkungan</b>			
12. Merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan dan penyuluhan pentingnya lingkungan			
13. Pengolahan limbah			
14. Pengendalian polusi, kegiatan operasi, pengeluaran riset dan pengembangan untuk pengurangan polusi.			
15. Pernyataan yang menunjukkan bahwa operasi perusahaan tidak mengakibatkan polusi atau memenuhi ketentuan hukum dan peraturan polusi			
16. Pernyataan yang menunjukkan bahwa operasi telah dan akan dikurangi			
17. Pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan akibat pengolahan sumber alam, misalnya reklamasi daratan atau reboisasi			
18. Konsetvasi sumber alam misalnya mendaur ulang kaca, besi, minyak, air dan kertas.			

19. Penggunaan material daur ulang			
20. Menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan yang dibuat perusahaan			
Skor			
<b>Ketenagakerjaan</b>			
21. Mengungkapkan presentase gaji untuk pensiun			
22. Pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu di tempat kerja dan keterlibatan karyawan dalam kegiatan perusahaan			
23. Memberi bantuan keuangan pada tenaga kerja dalam bidang pendidikan			
24. Mendirikan suatu pusat pelatihan tenaga kerja			
25. Mengungkapkan bantuan atau bimbingan untuk tenaga kerja yang dalam proses mengundurkan diri atau yang telah membuat kesalahan			
26. Mengungkapkan perencanaan kepemilikan rumah karyawan			
27. Mengungkapkan fasilitas untuk aktivitas rekreasi			
28. Mengungkapkan kebijakan penggajian dalam perusahaan			
Skor			
<b>Hak Azasi Manusia</b>			
29. Tidak ada pemisahan ras dalam penerimaan tenaga kerja, bantuan hidup dan fasilitas kerja			
30. Perekrutan atau memanfaatkan tenaga kerja wanita/orang cacat			
31. Program untuk kemajuan tenaga kerja wanita/orang cacat			
32. Adanya employee reward			
33. Memberikan pelayanan bantuan kesehatan bagi pensiunan			
34. Adanya pelayanan kesehatan tenaga kerja			
35. Menghormati hak – hak pokok pekerja seperti upah yang layak, tunjangan, kesehatan, serta asuransi jiwa.			
36. Membantu meningkatkan motivasi karyawan			
Skor			
<b>Produk dan Konsumen</b>			
37. Melindungi hak – hak konsumen			

38. Membuat produk lebih aman untuk konsumen			
39. Pengungkapan informasi pengembangan produk perusahaan, termasuk pengemasannya			
40. Pengungkapan bahwa produk memenuhi standar keselamatan			
41. Pengungkapan informasi proyek riset perusahaan untuk memperbaiki produk			
Skor			
<b>Kesehatan dan Keselamatan Tenaga Kerja</b>			
42. Mengurangi polusi, iritasi, atau resiko dalam lingkungan kerja dan kesehatan masyarakat			
43. Mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan keselamatan fisik atau mental dan kesehatan			
44. Menaati peraturan standar kesehatan dan keselamatan kerja			
45. Menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja dan kesehatan			
46. Menetapkan suatu komite keselamatan kerja			
Skor			
<b>Organizational Governance</b>			
47. Komite audit mendorong terbentuknya pengendalian intern			
48. Mempunyai audit internal yang memadai			
49. Menetapkan visi, misi, dan tujuan serta strategi untuk mencapainya			
50. Kegiatan perusahaan manajemen resiko			
Skor			
total			
EPS			