

PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) DALAM ANNUAL REPORT SERTA PENGARUH *POLITICAL VISIBILITY* DAN *ECONOMIC PERFORMANCE*

Novita Indrawati

Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Riau
Kampus Bina Widya Pekanbaru

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) dalam Annual Report serta menguji beberapa faktor penentu pengungkapan tersebut, yaitu *political visibility* yang diproksikan dengan ukuran perusahaan dan tipe industri dan *economic performance* yang diproksikan dengan return industri.

Populasi penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2006. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan stratified random sampling method. Sebanyak 32 annual report perusahaan telah dianalisis dengan menggunakan program multiple regression (regresi berganda). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *political visibility* dan *economic performance* berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR dalam annual report.

Key words : *Corporate social responsibility, economic performance, political visibility*

PENDAHULUAN

Keterkaitan perusahaan dengan daerah lingkungan sosialnya menuntut dipenuhinya pertanggungjawaban sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*-CSR). Dengan CSR perusahaan diharapkan dapat meningkatkan perhatian terhadap lingkungan, kondisi tempat kerja, hubungan perusahaan masyarakat, investasi sosial perusahaan, dan citra perusahaan di mata publik menjadi baik, meningkatkan kinerja keuangan perusahaan dan akses kapital. Banyak perusahaan semakin menyadari pentingnya menerapkan program CSR sebagai bagian dari strategi bisnisnya. Survey global yang dilakukan oleh The Economist Intelligence Unit menunjukkan bahwa 85% eksekutif senior dan investor dari berbagai organisasi menjadikan CSR sebagai pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan (Warta Ekonomi, 2006).

Perusahaan akan mengeluarkan biaya-biaya untuk melaporkan dan mengungkapkan informasi sosial yang berhubungan dengan kegiatan ekonominya dalam penerapan CSR. Perusahaan bersedia melakukan pengungkapan sukarela meski menambah *cost* perusahaan untuk memenuhi tekanan masyarakat (misalnya kasus lingkungan) atau untuk meningkatkan citra publiknya (Chairi dan Ghonzali, 2003). Biaya-biaya yang dikeluarkan ini sering disebut dengan *Political Visibility*. Pengukuran *political visibility* diproksikan dengan *size* (ukuran) perusahaan dan *profile* industri. Interaksi antara ukuran perusahaan dan industri menunjukkan hasil bahwa terdapat hubungan yang lebih kuat antara perusahaan dalam industri yang *high profile* dibandingkan dengan industri yang *low profile*. Perusahaan *high-profile* ternyata melakukan pengungkapan yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan *low-profile* (Utomo, 2000). Perusahaan yang menghadapi biaya kontrak dan biaya pengawasan yang rendah dan visibilitas politis yang tinggi akan cenderung untuk mengungkapkan informasi sosial. Jadi

pengungkapan informasi sosial yang diungkapkan dalam CSR *disclosure* berhubungan positif dengan visibilitas politis dan berhubungan negatif dengan biaya kontrak dan pengawasan (Belkaoui & Karpik, 1998).

Economic performance sering juga disebut dengan kinerja perusahaan, merupakan kinerja perusahaan secara relatif dalam suatu industri untuk menciptakan lingkungan baik (*green*) (Suratno, 2006). Hasil penelitian dari beberapa negara yang sudah maju membuktikan bahwa saat ini investor memasukkan variabel *sustainability* (berkaitan dengan masalah kelestarian lingkungan) dalam pengambilan keputusan investasi. Para investor cenderung menanamkan modalnya pada perusahaan yang memiliki kepedulian terhadap masalah sosial (perusahaan yang mengungkapkan laporan pertanggungjawaban sosial atau CSR) atau perusahaan yang memiliki standar tinggi dalam masalah sosial dan lingkungan hidup.

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

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

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

Dari beberapa penelitian, terdapat hasil-hasil penelitian yang beragam dan masih kontradiktif (ketidakkonsistenan). Keanekaragaman hasil tersebut sebagian disebabkan karena model yang dikembangkan merupakan model yang sangat sederhana dan pengukuran yang dilakukan juga tidak konsisten. Penelitian ini akan membahas lebih lanjut mengenai pengungkapan CSR dalam *annual report* dan pengaruh faktor *political visibility* dan *economic performance* terhadap pengungkapan CSR dalam *annual report* di Indonesia.

KERANGKA TEORITIS

Pengungkapan ada yang bersifat wajib (*mandatory*) yaitu pengungkapan informasi yang wajib dilakukan oleh perusahaan yang didasarkan pada peraturan atau standar tertentu, dan ada yang bersifat sukarela (*voluntary*), yang merupakan

pengungkapan informasi melebihi persyaratan minimum dari peraturan yang berlaku. Pengungkapan sosial pada laporan tahunan perusahaan sering kali dilakukan secara sukarela oleh perusahaan. Beberapa teori yang mendasari perusahaan untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial yaitu (Cunningham,2000) :

1. *Political economi theory*, tidak hanya fokus kepada kepentingan ekonomi dan memaksimalkan kesejahteraan yang dilakukan perusahaan, melainkan juga menjelaskan mengapa perusahaan perlu merespon setiap *public pressure* terhadap informasi mengenai dampak sosial.
2. *Stakeholder theory*, mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para *stakeholder*. Perusahaan berusaha mencari pembenaran dari *stakeholder* dalam menjalankan operasi perusahaan. Semakin kuat posisi *stakeholder*, semakin kuat pula kecenderungan perusahaan untuk mengadaptasi dirinya sesuai dengan keinginan *stakeholder*. Dalam hal ini, pengungkapan sosial harus dianggap sebagai wujud dialog antara manajemen dengan *stakeholder*.
3. *Legitimacy theory*, maksudnya bahwa suatu kondisi atau status yang terjadi manakala sistem nilai suatu entitas sesuai dengan sistem nilai dari sistem sosial yang lebih besar yang merupakan bagian dari entitas tersebut. Sehingga, apabila terjadi perbedaan dari kedua sistem nilai tersebut akan dapat mengancam legitimasi entitas itu sendiri.

a. *Political Visibility*

Berdasarkan hipotesis *political visibility* semakin besar *political visibility* yang dihadapi oleh perusahaan, maka manager akan memilih prosedur akuntansi yang dapat menghasilkan laba sekarang lebih rendah dibandingkan laba masa depan. Dengan demikian semakin tinggi *political visibility* yang dihadapi perusahaan maka perusahaan akan semakin banyak mengeluarkan biaya untuk mengungkapkan informasi sosial sehingga laba yang dilaporkan menjadi lebih rendah [Watt & Zimmerman (1990) dalam Scott (1997)]. *Political visibility* diproksikan dengan *size* dan tipe industri.

b. *Size Perusahaan*

Ball dan Foster's (1982) memandang ukuran perusahaan (*size*) sebagai proksi untuk mengukur biaya dan keuntungan yang akan diperoleh dari pengungkapan yang dikeluarkan oleh perusahaan yang bersangkutan. Pada perusahaan besar biasanya melakukan perencanaan berupa biaya-biaya yang akan dikeluarkan dari aktivitas pengungkapan sosial (*political visibility*), penyiapan informasi pengungkapan sosial secara detail, dan merencanakan resiko-resiko yang mungkin akan terjadi. Sehingga perusahaan besar mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan kecil, ini dibuktikan bahwa tindakan-tindakan yang dilakukan perusahaan besar memungkinkan perusahaan tersebut untuk memperoleh keuntungan melalui pengungkapan sosial yang bermanfaat dan dapat memberikan fasilitas informasi kepada pemegang saham di pasar modal (Singhvi dan Desai, 1971 dalam Arcay dan Vazquez, 2005).

Penelitian terdahulu menyatakan bahwa *size* perusahaan mempengaruhi kinerja keuangan dan juga mempengaruhi *performance* dan pengungkapan *corporate social responsibility* (Chen dan Metcalf,1980 dalam Balabanis, Phillips, dan Lyall). Menurut Ullmann (1985) dalam Balabanis, Phllips, dan Lyall, perusahaan besar umumnya melakukan penelitian yang lebih cermat dan memungkinkan memiliki keuangan, manajerial dan tehnikal yang lebih mengerti dan mengetahui

bagaimana mengerjakan biaya-biaya sepanjang aktivitas CSR sesuai dengan keuangan yang ada dari pada perusahaan kecil. Pendapat lain bahwa perusahaan besar lebih memiliki respon yang tinggi untuk memperoleh kelonggaran dari legislatif dan/atau agensi pelaksana berkenaan dengan pembebanan dan pemenuhan standart CSR. Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi kebiasaan perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR antara pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) dan *mandatory disclosure*. Ukuran perusahaan dapat diprosikan dari nilai kapitalisasi pasar, total asset, penjualan.

H₁ : Ukuran perusahaan (size) berpengaruh secara positif signifikan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility dalam Annual Report

c. Tipe Industri (profil)

Salah satu perbedaan karakteristik adalah tipe industri yaitu industri yang *high-profile* dan industri yang *low-profile*. Roberts (1992) dalam Hackston & Milne (1996) mendefinisikan industri yang *high-profile* adalah industri yang memiliki visibilitas konsumen, risiko politis yang tinggi atau menghadapi persaingan yang tinggi. Preston (1977) dalam Hackston & Milne (1996) mengatakan bahwa perusahaan yang memiliki aktivitas ekonomi yang memodifikasi lingkungan, seperti industri ekstraktif, lebih mungkin mengungkapkan informasi mengenai dampak lingkungan dibandingkan industri yang lain. Perusahaan-perusahaan *high profile*, pada umumnya merupakan perusahaan yang memperoleh sorotan dari masyarakat karena aktivitas operasinya memiliki potensi untuk bersinggungan dengan kepentingan luas. Masyarakat umumnya lebih sensitif terhadap tipe industri ini karena kelalaian perusahaan dalam pengamanan proses produksi dan hasil produksi dapat membawa dampak yang besar bagi masyarakat. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, Robert (1992); Hackston & Milne (1996); Patten (1991) perusahaan yang terklasifikasi dalam kelompok industri *high-profile* antara lain perusahaan perminyakan dan pertambangan lain, kimia, hutan, kertas, otomotif, penerbangan, agribisnis, tembakau dan rokok, produk makanan dan minuman, media dan komunikasi, energi (listrik), *enggenering*, kesehatan serta transportasi dan pariwisata. Perusahaan *low-profile* adalah perusahaan yang tidak terlalu memperoleh sorotan luas dari masyarakat manakala operasi yang mereka lakukan mengalami kegagalan atau kesalahan pada aspek tertentu dalam proses atau hasil produksinya. Adapun perusahaan yang termasuk dalam kelompok industri *low-profile* terdiri dari bangunan, keuangan dan perbankan, *supplier* peralatan medis, property, retailer, tekstil dan produk teksril, produk personal, dan produk rumah tangga.

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

H₂ : Tipe industri (profile) berpengaruh secara positif signifikan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility dalam Annual Report

d. Economic Performance

Corporate social responsibility dan *economic performance* saling memiliki hubungan yaitu saat tanggapan sosial diminta dari manajemen pada saat yang sama pula manajemen di minta untuk membuat keuntungan bagi perusahaan.

Respon sosial perusahaan dalam hal pengungkapan sosial dan sosial *performance* menjadi suatu yang kurang responsif dalam hal keuntungan sebagai variabel akuntansi seperti ROI, dan variabel market seperti *diferensial stock price return* (Belkaoui dan Karpik, 1989). Menurut Belkaoui dan Karpik (1989) salah satu ukuran kinerja keuangan yang sering digunakan dalam penelitian tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah pendapatan perlembar saham. Harga saham perusahaan secara relatif dalam industri yang bersangkutan merupakan cerminan pencapaian *economic performance* perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat tanggung jawab sosial yang tinggi akan direspon secara positif oleh investor melalui fluktuasi harga saham perusahaan. Para investor cenderung menanamkan modalnya pada perusahaan yang memiliki standar tinggi dalam masalah sosial dan lingkungan hidup.

H₃ : *Economic performance* berpengaruh secara positif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam Annual Report

METODE PENELITIAN

a. Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan yang tergolong *high-profile* dan *low-profile* dan terdaftar di Bursa Efek Jakarta tahun 2006 yang tercantum dalam *Indonesia Capital Market Direction* (ICMD) 2007. Pemilihan sampel menggunakan metode *stratified random sampling*. Peneliti mengambil sampel sebanyak 20% dari jumlah keseluruhan populasi yang dianggap telah cukup mewakili populasi dari setiap sektor. Sampai akhir tahun 2006 tercatat 158 perusahaan yang listing di BEI dan tergolong kedalam perusahaan *high-profile* dan *low-profile*, pengambilan sebanyak 20% dari 158 perusahaan dan akan dihasilkan 32 sampel.

b. Pengukuran Variabel

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Pengungkapan CSR diukur melalui pengungkapan informasi CSR *disclosure* Indeks (CSRI) dengan sistem *checklist item* berdasarkan *annual report* sesuai dengan item-item yang sudah ditetapkan. Pendekatan untuk menghitung CSRI menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap *item* CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan (Haniffa et al, 2005). Selanjutnya, skor dari setiap *item* dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan.

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

$$CSRI_i = \frac{\sum X_{ii}}{n_i}$$

Keterangan:

CSRI_i : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j

N_i : jumlah *item* untuk perusahaan j, n_i ≤ 78

X_{ii} : *dummy variable*: 1 = jika *item* i diungkapkan; 0 = jika *item* i tidak diungkapkan

Dengan demikian, 0 ≤ CSRI_i ≤ 1

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *political visibility* dan *economic performance*.

a. *Political Visibility*

Size Perusahaan

Dalam penelitian ini *size* perusahaan, konsisten dengan penelitian Hackston dan Milne (1996) akan menggunakan *total assets* sebagai ukuran untuk *size* perusahaan.

Tipe Industri

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

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

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

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

Formulasi model yang dipakai untuk analisis regresi linier berganda adalah :

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

Keterangan:

Y = CSRI
 X_1 = Size
 X_2 = Tipe
 X_3 = *Economic performance (market)*
 β = Koefisien Regresi
 β_0 = Konstanta
 ε = Kesalahan random

ANALISIS HASIL PENELITIAN

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam *Annual Report*

Dari penelusuran terhadap laporan perusahaan sampel, perusahaan-perusahaan di Indonesia telah melakukan pengungkapan sosial. Adapun tema-tema yang diungkapkan hadala tema lingkungan, tema energi, tema kesehatan dan

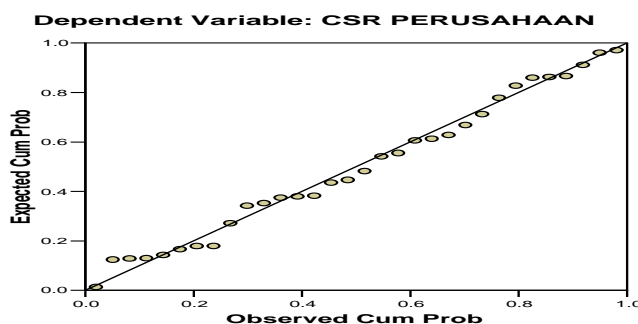
keselamatan tenaga kerja, tema lain-lain tenaga kerja, tema produk, tema keterlibatan masyarakat dan tema umum. Tema Lingkungan meliputi aspek lingkungan dari proses produksi, yang meliputi pengendalian polusi dalam kegiatan operasi yang dilakukan perusahaan. Perusahaan melakukan kegiatan produksi dengan cara yang aman terhadap lingkungan yang tidak mengakibatkan dampak berbahaya bagi lingkungan sekitar. Tema Energi meliputi aspek menggunakan energi sebaik mungkin. Pengungkapan pada tema energi ini membahas penggunaan energi tersebut serta kebijakan energi perusahaan. Tema Kesehatan dan Keselamatan Tenaga kerja meliputi dampak kesehatan dan keselamatan tenaga kerja yang ditimbulkan dari kegiatan berproduksi. Tema Ketenagakerjaan meliputi dampak aktivitas perusahaan pada orang-orang dalam perusahaan tersebut, mengingat tenaga kerja sangat menunjang kelangsungan hidup perusahaan, terutama bagi industri yang terus berproduksi. Tema Produk dan Konsumen merupakan tema yang paling sering dilaporkan perusahaan pada laporan keuangannya. Kepedulian terhadap tema produk dan konsumen menjadi bagian dari pengungkapan sosial perusahaan. Tema Keterlibatan Masyarakat meliputi aktivitas kemasyarakatan yang diikuti oleh perusahaan, misalnya aktivitas yang terkait dengan kesehatan, pendidikan dan seni. Tema umum meliputi tujuan/kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat dan segala informasi berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan telah banyak diungkapkan pada perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

Analisis Data

Normalitas distribusi pada penelitian ini dapat dilihat dari normal *probability plot*. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka asumsi normalitas terpenuhi (Santoso, 2001). Berdasarkan Gambar 1 asumsi normalitas dapat dipenuhi.

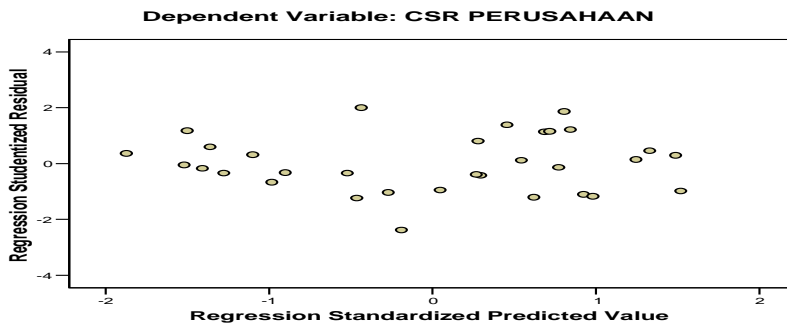
Gambar 1
Normal Probability plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Pengujian autokorelasi pada penelitian ini menggunakan uji *Durbin Watson*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka diperoleh nilai *Durbin Watson* sebesar 1,965. Dengan nilai batas atas (d_U) sebesar 1,57 dan nilai batas bawah (d_L) sebesar 1,32. Oleh karena $DW > d_L$, dan $DW > d_U$, maka dapat disimpulkan model regresi tersebut bebas dari adanya autokorelasi.

Gambar 2
Hasil Uji Heterokedastisitas
Scatterplot



Pengujian adanya heterokedastisitas dilakukan dengan menggunakan *scatterplot*. Menurut Ghozali (2001), heterokedastisitas terjadi apabila titik-titik (*point-point*) membentuk pola tertentu seperti pola bergelombang, melebar kemudian menyempit. Berdasarkan Gambar 2 dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini bebas dari heterokedastisitas.

Untuk mendeteksi multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Menurut Hair *et. al.*, (2004) model dikatakan bebas multikolinieritas, jika *tolerance value* >0,01 dan *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10.

Tabel 1
Nilai VIF dan Tolerance

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Profile Perusahaan	0,902	1,109	Bebas multikolinieritas
Asset	0,725	1,380	Bebas multikolinieritas
Return	0,743	1,346	Bebas multikolinieritas

Tabel 2
Hasil Uji Hipotesis

Variabel Independent	Koefisien Regresi	t-hitung	Signifikansi
Konstanta	0,363	7,373	0,000
<i>Political Visibility</i> (Size)	0,018	2,198	0,036
<i>Political Visibility</i> (Tipe)	0,031	2,355	0,026
<i>Economic Performance</i>	0,020	2,349	0,026
R	0,742		
R ² (Square)	0,550		
Adjusted R ²	0,502		
Sig F	0,000*		

signifikan 5%

Berdasarkan Tabel 2 di atas, maka formulasi untuk analisis linear berganda pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Dari hasil regresi diperoleh nilai *Adjusted R*² sebesar 0,502 yang berarti hanya 50,2% pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dipengaruhi oleh variabel variabel *political visibility* dan *economic performance*. Sedangkan 49,8% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak teramati dalam penelitian ini.

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

Variabel *political visibility* yang diproksikan dengan *size* perusahaan mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 2,198 dan t_{tabel} sebesar 1,699 dengan nilai signifikansi sebesar 0,036, hal ini menunjukkan bahwa variabel *political visibility* yang diproksikan dengan *size* perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR pada *level of significant* 0,05. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin banyak jumlah aktiva perusahaan, maka semakin luas pengungkapan CSR yang dibuat perusahaan. Perusahaan yang besar cenderung akan memberikan informasi laba sekarang lebih rendah dibandingkan perusahaan kecil, sehingga perusahaan besar cenderung akan mengeluarkan biaya untuk pengungkapan informasi sosial yang lebih besar dibandingkan perusahaan kecil.

Pada pengujian *political visibility* yang diproksikan dengan tipe perusahaan, mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 2,355 dan t_{tabel} sebesar 1,699 dengan nilai signifikansi sebesar 0,026, hal ini menunjukkan bahwa variabel *political visibility* yang diproksikan dengan tipe industri berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR pada *level of significant* 0,05. Hal ini menunjukkan terdapat hubungan sistematis antara *profile* perusahaan dengan pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini dikaitkan dengan variasi dampak operasi perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat, sehingga hipotesis umumnya menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki dampak yang besar terhadap lingkungan dan masyarakat akan mengungkapkan lebih banyak informasi sosial.

Variabel *economic performance* mempunyai nilai t_{hitung} 2,349 yang lebih besar dari t_{tabel} 1,699 dan nilai signifikansi sebesar 0,026, hal ini menunjukkan bahwa variabel *economic performance* berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR pada *level of significant* 0,05. Hal ini berarti semakin besar return industri, semakin banyak informasi lingkungan yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat tanggung jawab sosial yang tinggi akan direspon secara positif oleh investor melalui fluktuasi harga saham perusahaan. Para investor cenderung menanamkan modalnya pada perusahaan yang memiliki standart tinggi dalam masalah sosial dan lingkungan hidup. Hal ini menunjukkan bahwa suatu tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) akan mengurangi resiko pada saat perusahaan yang bersangkutan memiliki *economic performance* yang baik.

KESIMPULAN

Berdasarkan indeks pengungkapan CSR dapat ditemukan bahwa informasi CSR yang paling banyak diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan adalah informasi mengenai tema keselamatan dan kesehatan tenaga kerja dan tema lain-lain tenaga kerja. Pengungkapan lebih banyak dilakukan pada perusahaan yang

termasuk pada *high profile* (yaitu sektor manufaktur) dibandingkan dengan perusahaan yang *low profile*.

Pada penelitian ini diajukan tiga hipotesis, dan semua variabel berhasil dibuktikan oleh data penelitian. Hal ini membuktikan semakin besar ukuran perusahaan, maka pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) yang dibuat akan cenderung semakin luas. Hasil penelitian ini juga membuktikan terdapat hubungan sistematis antara tipe industri (*profile*) perusahaan dengan pengungkapan CSR. Hal ini dikaitkan dengan variasi dampak operasi perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat, sehingga hipotesis umumnya menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki dampak yang besar terhadap lingkungan dan masyarakat akan mengungkapkan lebih banyak informasi sosial. Perusahaan yang memiliki tingkat tanggung jawab sosial yang tinggi akan direspon secara positif oleh investor melalui fluktuasi harga saham perusahaan. Para investor cenderung menanamkan modalnya pada perusahaan yang memiliki standar tinggi dalam masalah sosial dan lingkungan hidup.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Tuwajiri, S.A., Christesen, T.E. and Hughes. 2004. The Relations Among Environmental Disclosure, Environmental Performance, and Economic Performance: a Simultaneous Equation Approach. *Accounting, Organization and Society*. Vol.29,p.447-471.
- Anggraini, Reni Retno, 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan. *Simposium Nasional Akuntansi 9*. hal.1-
- Ballabanis, Phillip and Lyall. Corporate Social Responsibility and Economic Performance in The Top British Companies: Are they Linked?. *European Business Review*. Vol. 98, No.1, 1998, pp. 25-44.
- Belkaoui, Ahmed and Philip G. Karpik. 1989. Determinants of the Corporate Decision to Disclosure Social Information. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol.2,No.1,p.36-51.
- Bondan Ignatius, Darsono, Mutmainah.S. Pengaruh Environmental Performance terhadap Environmental Disclosure dan Economic Performance. *Simposium Nasional Akuntansi 9*.
- Ghozali, Imam. 2001. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gujarati Damondar. 1999. *Ekonometrika dasar*. Terjemahan Sumarno Zain. Erlangga. Jakarta.
- Hackstone, David and Markus J. Milne. 1996. Some Determinants of Social and Environmental Disclosure in New Zealand Companies. *Accounting Auditing and Accountability Journal*. Vol.9, No.1, p.77-108
- Murtanto. 2006. Menciptakan Nilai Tambah Melalui Corporate Social Reporting. *Media Akuntansi*. Edisi 55.

- Santoso, Singgih. 2004. Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik Cetakan Keempat. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Satyo. 2005. "Pedoman GRI". Media Akuntansi Edisi 47/ Tahun XII. Hal 12-14
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods For Business*, Metodologi Penelitian untuk Bisnis. Buku dua. Edisi 4. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Sembiring, Eddy Rismanda. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Simposium Nasional Akuntansi 8*. hal.379-395.
- Suratno, Darsono. 2006. Pengaruh *Environtmental Performance* Terhadap *Environmental Disclosure* dan *Economic Performance*. *Simposium Nasional Akuntansi 9*.
- Susi. 2005. The relationship Between Environmental Performance and Financial Performance Amongst Indonesian Companies. *Simposium Nasional Akuntansi 8*. hal. 37-45.
- Suwaldiman.2000. Pentingnya Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan dalam Penetapan Tujuan Pelaporan Keuangan dalam Conceptual Framework Pelaporan Keuangan Indonesia. JAAI. Vol4, No.1, hal.68.
- Tsang, W. K. Erick. A Longitudinal Study of Corporate Social Reporting in Singapore. *Accounting Auditing and Accounting Journal*. Vol.11. No. 5, 1998, pp.624-623.
- Utomo, Muslim. 2000. Praktek Pengungkapan Sosial pada Laporan Tahunan. Perusahaan di Indonesia. *Simposium Nasional Akuntansi 3*.hal 99-122.
- Zuhroh, Sukmawati. 2003. Analisis Pengaruh Luas Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan terhadap Reaksi Investor. *Simposium Nasional Akuntansi 6, Surabaya*.hal.1315-1317