

Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap *Social Disclosure*

Sri Utami

Sawitri Dwi Prastiti

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang 5 Malang

E-mail: sawitri_danish@yahoo.com

Abstract: *The purpose of this study was to describe the effect of the ratio of net profit margin, size, firm age, leverage and management ownership to social disclosure in annual reports of high profile companies. The population were high-profile companies listed on the IDX period 2006–2008 with a total 198 companies. With purposive sampling the sample obtained by 44 companies. While the methods of data analysis using multiple linear regression analysis. This study concluded that the net profit margin and size have positive and significant, whereas age, leverage and management ownership has no effect on social disclosure in annual reports of high profile companies.*

Keywords: *Net profit margin, size, firm age, leverage, management ownership, social disclosure.*

Banyak fenomena yang terjadi akibat aktivitas bisnis perusahaan, seperti kasus pencemaran Teluk Buyat oleh PT Newmount, kasus enzim babi PT Ajinomoto dan kasus PT Lapindo yang memberikan dampak cukup serius bagi masyarakat sekitar. Berdasarkan fenomena tersebut, pemerintah sebagai regulator diharapkan mendorong perusahaan agar lebih memperhatikan lingkungan sekitarnya. Untuk maksud tersebut, ditetapkanlah Undang-Undang No. 40/2007 bagi Perseroan Terbatas dengan bidang usaha yang berhubungan dengan sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Sehingga perusahaan mulai membiasakan menyusun laporan pertanggungjawaban sosial, yang diungkapkan ISO (*International Organization for Standardization*) sebagai induk organisasi standar internasional menetapkan sebuah panduan dan standar untuk laporan pertanggungjawaban sosial yang bersifat sukarela diberi yaitu ISO 26000: *Guidance Standard on Social Responsibility*. Institusi yang mencakup sektor/badan publik ataupun privat, baik di negara berkembang maupun negara maju dapat menggunakan standar tersebut sebagai panduan untuk mengungkapkan tanggungjawab sosialnya.

Selain didorong oleh adanya tekanan masyarakat

dan regulasi pemerintah, pengungkapan sosial yang dilakukan, juga dipengaruhi oleh karakteristik perusahaan. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa karakteristik perusahaan mempengaruhi kelengkapan pengungkapan sosial (*social disclosure*), tetapi dengan hasil yang beragam. Diantaranya adalah Hackston & Milne (1996) yang menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan dan industri berhubungan dengan jumlah pengungkapan, sedangkan profitabilitas tidak. Interaksi antara ukuran perusahaan dan industri menunjukkan bahwa hubungan lebih kuat terjadi pada perusahaan dengan kategori industri *high profile* dibandingkan perusahaan dengan kategori industri *low profile*.

Karakteristik perusahaan yang lebih beragam ditunjukkan oleh penelitian Rosmasita (2007). Kepemilikan manajemen, ukuran perusahaan, dan profitabilitas mempengaruhi pengungkapan informasi sosial, kecuali variabel *leverage*. Sehingga penelitian Hackston & Milne (1996) dan Rosmasita (2007) memberikan hasil yang berbeda untuk pengaruh variabel profitabilitas terhadap pengungkapan informasi sosial. Sehingga tujuan penelitian ini adalah untuk menguji kembali pengaruh karakteristik perusahaan yang diukur menggunakan *net profit margin*,

size, umur perusahaan, *leverage* dan kepemilikan manajemen terhadap *social disclosure* pada perusahaan dengan kategori *high profile* menggunakan panduan standar pengungkapan sosial ISO 26000.

Menurut Ismail (2009:6) tanggung jawab sosial perusahaan adalah menjalankan bisnis sesuai dengan keinginan pemilik perusahaan (*owners*), biasanya dalam bentuk menghasilkan uang sebanyak mungkin dengan senantiasa mengindahkan aturan dasar masyarakat sebagaimana diatur dalam hukum dan perundang-undangan. Sedangkan ISO 26000 menerjemahkan tanggung jawab sosial sebagai tanggung jawab organisasi terhadap masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku yang transparan dan etis, konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, serta memperhatikan kepentingan para *stakeholder*. Kriteria perilaku selanjutnya adalah sesuai hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma internasional, terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi. Pengertian tersebut meliputi kegiatan, produk maupun jasa. Tema pengungkapan sosial berdasarkan ISO 26000 tersebut terangkum ke dalam 38 item.

Committees on Accounting for Corporate Social Performance dari *National Association of Accountants* (dalam Pujiningsih, 2008:6) membagi tanggung jawab sosial perusahaan ke dalam empat bidang antara lain: pengabdian masyarakat atau *community involvement*, sumber daya manusia atau *human resources*, sumber daya fisik dan kontribusi terhadap lingkungan atau *physical resources and environmental contribution*, serta kontribusi yang berhubungan dengan produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan atau *product and contribution*. Berdasarkan konsep ISO 26000 (dalam Daniri, 2008) penerapan *social responsibility* hendaknya terintegrasi diseluruh aktivitas organisasi yang dapat diungkap dalam 7 isu pokok, yaitu: Pengembangan masyarakat, Konsumen, Praktik kegiatan institusi yang sehat, Lingkungan, Ketenagakerjaan, Hak asasi manusia, dan *Organization Governance*.

Terdapat 2 teori yang berhubungan dengan pengungkapan sosial perusahaan, yakni teori legitimasi dan agensi. Menurut Gray, *et al.* (dalam Pujiningsih, 2008:52) *legitimacy theory* secara esensial adalah teori yang berorientasi pada sistem, dalam hal ini organisasi atau perusahaan dipandang sebagai salah

satu komponen dalam lingkungan sosial yang lebih besar. Teori legitimasi menyediakan perspektif yang lebih komprehensif pada pengungkapan CSR. Teori ini secara eksplisit mengakui bahwa bisnis dibatasi oleh kontrak sosial yang menyebutkan bahwa perusahaan sepakat untuk menunjukkan berbagai aktivitas sosial perusahaan agar diterima masyarakat akan tujuan perusahaan yang pada akhirnya akan menjamin kelangsungan hidup perusahaan (Rachmawati, 2009). Preston (dalam Chariri, 2008) menjelaskan bahwa teori legitimasi sangat bermanfaat dalam menganalisis perilaku organisasi. Legitimasi adalah hal yang penting bagi organisasi sehingga batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial, dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan. Oleh karena itu, meskipun perusahaan mempunyai kebijaksanaan operasi dalam batasan institusi, kegagalan perusahaan dalam menyesuaikan diri dengan norma ataupun adat yang diterima oleh masyarakat, akan mengancam legitimasi perusahaan serta sumber daya perusahaan, dan pada akhirnya akan mengancam kelangsungan hidup perusahaan.

Brigham & Houston (2004:26) menyatakan bahwa hubungan keagenan (*agency relationship*) terjadi ketika satu atau lebih individu yang disebut sebagai *principal* menyewa individu atau organisasi lain, yang disebut sebagai agen, untuk melakukan sejumlah jasa dan mendelegasikan kewenangan untuk membuat keputusan kepada agen tersebut. Hubungan keagenan utama terjadi antara pemegang saham (*principal*) dengan manajer (agen). Sedangkan konsep *agency theory* menurut Anthony dan Govindarajan (1995:569) adalah hubungan atau kontak antara *principal* dan *agent*. *Principal* mempekerjakan *agent* untuk melakukan tugas untuk kepentingan *principal*, termasuk pendelegasian otorisasi pengambilan keputusan dari *principal* kepada *agent*. Sehingga praktik CSR dan pengungkapannya dapat dikaitkan dengan *agency theory*. Artinya, pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan salah satu komitmen manajemen untuk meningkatkan kinerjanya terutama dalam kinerja sosial. Dengan demikian, manajemen bertujuan mendapatkan penilaian positif dari pemilik modal.

Karakteristik perusahaan dapat dilihat dari net profit margin, *size*, umur perusahaan, *laverage*, dan

kepemilikan manajemen. Rasio *net profit margin* mengukur rupiah laba yang dihasilkan oleh setiap satu rupiah penjualan. Brigham & Houston (2004:107) menyatakan bahwa rata-rata industri untuk *rasio net profit margin* adalah 5%, sehingga secara umum rasio *net profit margin* suatu perusahaan dikatakan rendah apabila kurang dari rata-rata industri atau < 5%. Ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya perusahaan dan struktur kepemilikan yang lebih luas. Ada tiga alternatif proksi yang dapat digunakan untuk menentukan besarnya ukuran perusahaan, yaitu melalui ukuran aktiva, penjualan bersih, dan kapitalisasi pasar (*market capitalized*). Total aktiva lebih mencerminkan ukuran perusahaan, seperti yang diungkapkan oleh Fitriani (2001) bahwa total aktiva lebih menunjukkan *size* perusahaan dibandingkan kapitalisasi pasar. Umur perusahaan mengindikasikan berapa lama perusahaan tersebut berdiri dan beroperasi. Semakin lama perusahaan, maka semakin banyak informasi yang diperoleh masyarakat tentang perusahaan tersebut. Rasio *leverage* merupakan proporsi total hutang terhadap rata-rata ekuitas pemegang saham. Rasio tersebut digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan. Kepemilikan manajemen merupakan porsi saham yang dimiliki oleh pihak manajemen. Menurut Wahidahwati (2005:5), *manajerial ownership* adalah kepemilikan saham dari pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan perusahaan. Pihak-pihak tersebut adalah mereka yang duduk di dewan komisaris dan direktur perusahaan.

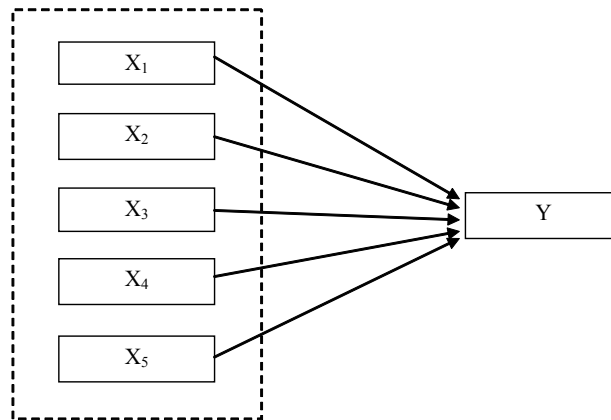
Net profit margin adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dalam tingkat penjualan tertentu. Hubungan antara *net profit margin* terhadap pengungkapan sosial dapat dikaitkan dengan teori agensi. Menurut teori keagenan, perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas. *Profit margin* yang tinggi akan mendorong para manajer untuk memberikan informasi yang lebih rinci, sebab mereka ingin meyakinkan investor terhadap profitabilitas perusahaan dan mendorong kompensasi terhadap manajemen (Irawan, 2006: 21). Selain itu pengungkapan yang lebih luas dimaksudkan untuk mengurangi konflik keagenan. Dengan demikian manajemen menunjukkan bahwa perolehan laba tidak hanya digunakan untuk kepent-

ingannya sendiri, tetapi juga untuk kepentingan investor melalui pengungkapan sosial yang dilakukan.

Size perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, di mana perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar, mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi konflik keagenan. Di samping itu perusahaan besar merupakan emiten yang disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan (Sembiring, 2005:381). Perusahaan besar cenderung mengungkapkan informasi sosial agar mendapat penilaian positif dari pemilik modal. Hal ini dimaksudkan untuk mengurangi konflik keagenan, meskipun dapat meningkatkan biaya perusahaan. Sehingga manajemen dapat menunjukkan bahwa mereka tidak hanya menggunakan aset perusahaan untuk kepentingannya sendiri, tetapi juga untuk kepentingan pemilik modal melalui pengungkapan informasi sosial pada laporan tahunannya.

Umur perusahaan menunjukkan seberapa lama perusahaan mampu bertahan. Umur perusahaan diperkirakan memiliki hubungan positif dengan kualitas ungkapan sukarela. Hal ini dapat dikaitkan dengan teori legitimasi. Menurut teori ini, legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Semakin lama perusahaan maka semakin banyak informasi yang telah diperoleh masyarakat tentang perusahaan tersebut. Dengan demikian legitimasi dapat dikatakan sebagai manfaat atau sumber potensial bagi perusahaan dalam bertahan hidup. Selain itu teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima masyarakat. Sehingga semakin lama perusahaan dapat bertahan, maka perusahaan semakin mengungkapkan informasi sosialnya sebagai bentuk tanggung jawabnya agar tetap diterima di masyarakat.

Leverage menggambarkan sejauh mana modal pemilik dapat menutupi hutang kepada pihak di luar perusahaan. Semakin tinggi *leverage* kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak hutang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi



Gambar 1 Desain Penelitian

Keterangan:

X₁ : Net Profit Margin
 X₂ : Size (ukuran perusahaan)
 X₃ : Umur perusahaan
 → : Hubungan secara parsial

X₄ : Leverage
 X₅ : Kepemilikan manajemen
 Y : *Social disclosure*

dibandingkan laba di masa depan. Agar laba yang dilaporkan tinggi maka manajer harus mengurangi biaya-biaya termasuk biaya untuk mengungkapkan informasi sosial. Sesuai dengan teori agensi manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggungjawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan para *debtholders*.

Prosentase kepemilikan manajerial merupakan rasio ukuran saham yang dimiliki oleh manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan. Sesuai teori agensi semakin besar kepemilikan manajemen di dalam perusahaan maka semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan, dengan kata lain biaya kontrak dan pengawasan menjadi rendah. Manajer perusahaan akan mengungkapkan informasi sosial dalam rangka untuk meningkatkan *image* perusahaan, meskipun ia harus mengorbankan sumber daya untuk aktivitas tersebut (Anggraini, 2006:8).

Berdasarkan uraian di atas maka dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H1: Rasio *net profit margin* berpengaruh terhadap *social disclosure*
- H2: *Size* perusahaan berpengaruh terhadap *social disclosure*
- H3: Umur perusahaan berpengaruh terhadap *social disclosure*

H4: Rasio *Leverage* berpengaruh terhadap *social disclosure*

H5: Kepemilikan manajemen perusahaan berpengaruh terhadap *social disclosure*

METODE

Rancangan penelitian ini adalah penelitian eksplanasi. Adapun hubungan antar variabel dapat digambarkan sebagaimana Gambar 1.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan *high profile*, yang bergerak dalam industri agribisnis, pertambangan, industri dasar dan kimia, otomotif dan komponen, barang konsumsi dan telekomunikasi yang terdaftar di BEI periode 2006–2008. Menggunakan kriteria perusahaan tersebut mengungkapkan informasi CSR dalam laporan tahunan selama kurun waktu penelitian. diperoleh 44 perusahaan sampel. Data mengenai karakteristik perusahaan diperoleh dari laporan keuangan yang diterbitkan oleh *Indonesian Capital Market Directory*, dengan menggunakan teknik dokumentasi. Sedangkan untuk pengungkapan informasi sosial diperoleh dari laporan tahunan melalui situs www.idx.go.id. Analisis hipotesis penelitian menggunakan regresi linier berganda, dengan persamaan structural sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2 + b_3 \cdot X_3 + b_4 \cdot X_4 + b_5 \cdot X_5 + e_i$$

Keterangan:

- Y = Variabel terikat (*social disclosure*)
a = Konstanta
 b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi
 X_1 = Rasio *Net Profit Margin*
 X_2 = *Size* (ukuran perusahaan)
 X_3 = Umur perusahaan
 X_4 = *Leverage*
 X_5 = Kepemilikan manajemen
ei = *Error* atau sisa (residual)

HASIL

Hasil analisis dan pengujian hipotesis adalah sebagai berikut: (1) Pengaruh Rasio *Net Profit Margin* terhadap *Social Disclosure*; (2) Pengujian menunjukkan bahwa rasio *net profit margin* mempunyai pengaruh positif dan signifikan karena nilai t_{hitung} sebesar $2,565 > 2,0154$ dan signifikansi sebesar $0,014 < 0,05$; (3) Pengaruh *Size* Perusahaan terhadap *Social Disclosure*; (4) Hasil menunjukkan bahwa *size* perusahaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan karena nilai t_{hitung} sebesar $5,004 > 2,0154$ dan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$; (5) Pengaruh Umur Perusahaan terhadap *Social Disclosure*; (6) Hasil pengujian bahwa umur perusahaan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan karena nilai t_{hitung} sebesar $0,198 < 2,0154$ dan signifikansi sebesar $0,844 > 0,05$; (7) Pengaruh Rasio *Leverage* terhadap *Social Disclosure*; (8) Menunjukkan bahwa *leverage* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan karena nilai t_{hitung} sebesar $-1,658 < 2,0154$ dan signifikansi sebesar $0,106 > 0,05$; dan (9) Pengaruh Kepemilikan Manajemen terhadap *Social Disclosure* menunjukkan bahwa kepemilikan manajemen tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan informasi sosial karena nilai t_{hitung} sebesar $0,634 < 2,0154$ dan signifikansi sebesar $0,530 > 0,05$.

PEMBAHASAN

Data perusahaan sampel menunjukkan bahwa sebanyak 43 perusahaan mempunyai rasio *net profit margin* kurang dari rata-rata industri yaitu $< 5\%$, namun mempunyai nilai positif dan hanya satu per-

sahaan yang mempunyai rasio $> 5\%$. Artinya, perusahaan yang memperoleh laba kecil. Meskipun laba yang diperoleh kecil, tetap melakukan pengungkapan informasi sosial pada laporan tahunannya. Seperti pada PT Indika Energy Tbk yang mempunyai rasio *net profit margin* sebesar $0,47\%$ mengungkapkan informasi sosial sebanyak $36,84\%$ atau sekitar 14 item dari 38 item yang seharusnya diungkap. Sedangkan PT Mobile-8 Telecom Tbk yang mempunyai rasio *net profit margin* sebesar $1,46\%$ mengungkapkan informasi sosial sebanyak $42,10\%$ atau sekitar 16 item pengungkapan.

Sesuai teori agensi, hal ini menunjukkan bahwa perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas. Hal ini dapat dilihat dari tingginya prosentase pengungkapan sosial yang dilakukan oleh PT Mobile-8 Telecom Tbk, karena perusahaan ini mempunyai nilai *net profit margin* lebih besar daripada PT Indika Energy Tbk. Sekaligus, penelitian ini sejalan dengan penelitian Almilia dan Retrinasari (2007) bahwa variabel *net profit margin* mempunyai hubungan positif dengan pengungkapan sosial perusahaan.

Teori agensi yang menyatakan bahwa hubungan keagenan (*agency relationship*) terjadi ketika satu atau lebih individu yang disebut sebagai *principal* menyewa individu atau organisasi lain, yang disebut sebagai agen, untuk melakukan sejumlah jasa dan mendelegasikan kewenangan untuk membuat keputusan kepada agen tersebut. Hubungan keagenan utama terjadi antara pemegang saham (*principal*) dengan manajer (agen) (Brigham & Houston, 2004: 26).

Jika hal ini dikaitkan dengan ukuran perusahaan, maka perusahaan besar akan memiliki biaya keagenan yang lebih besar, sehingga akan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas agar mendapat penilaian positif dari pemilik modal. Hal ini dimaksudkan untuk mengurangi konflik keagenan, meskipun dapat meningkatkan biaya perusahaan. Dengan demikian manajemen dapat menunjukkan bahwa mereka tidak hanya menggunakan *asset* untuk kepentingannya sendiri, tetapi juga untuk kepentingan pemilik modal melalui pengungkapan informasi sosial pada laporan tahunannya. Sedangkan perusahaan yang tergolong kecil dan sedang pada penelitian ini, tetap mengungkapkan informasi sosialnya. Hal ini dikarenakan

untuk memenuhi regulasi pemerintah yaitu Undang-Undang No. 40/2007 tentang Perseroan Terbatas, yang mewajibkan perseroan yang bidang usahanya berhubungan dengan sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Salah satu perusahaan sampel, yaitu PT AKR Corporindo Tbk (2008:102) di pernyataan *annual report* menyatakan produk-produknya memiliki potensi berbahaya bagi manusia maupun lingkungan. AKR tergolong sebagai perusahaan kecil, telah mengungkapkan informasi sosialnya sebanyak 28,95%. Penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Fitriani (2001) bahwa variabel *size* berpengaruh positif terhadap kelengkapan pengungkapan sosial perusahaan.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan teori legitimasi, yang menyatakan bahwa semakin lama perusahaan dapat bertahan, maka perusahaan akan semakin mengungkapkan informasi sosial sebagai bentuk tanggung jawabnya untuk tetap diterima masyarakat. Kondisi ini disebabkan oleh perusahaan yang memiliki umur lebih tua tidak terpengaruh untuk melakukan pengungkapan sosial lebih banyak karena mereka telah biasa melakukan tanggung jawab sosial kepada masyarakat dan lingkungan sekitar dengan menggunakan media lain seperti internet dan majalah. Dengan demikian, hal itu dianggap sebagai kebiasaan yang telah diketahui masyarakat luas, sehingga tidak perlu lagi mencantumkan secara lengkap pengungkapan sosial pada laporan tahunannya. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Susanto (1992) bahwa umur perusahaan diperkirakan memiliki hubungan yang positif dengan tingkat pengungkapan sosial pada laporan tahunan.

Berdasarkan data yang diperoleh menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan sampel mempunyai tingkat *leverage* kurang dari satu persen, jadi dapat dikatakan bahwa tingkat hutangnya tidak melebihi jumlah modal yang dimiliki. Meskipun demikian penelitian ini menunjukkan bahwa rasio *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan informasi sosial perusahaan, sehingga tidak berhasil mendukung teori keagenan bahwa tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi tingkat pengungkapan informasi sosialnya. Kondisi tersebut diduga karena adanya sumber pendanaan internal yang kuat pada perusahaan, sehingga perusahaan tidak perlu melakukan pengungkapan sosial untuk menarik investor maupun kredi-

tor. Penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Anggraini (2006) bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan informasi sosial perusahaan.

Hasil penelitian ini bertentangan dengan teori agensi, bahwa semakin besar kepemilikan manajer di dalam perusahaan semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan dengan mengungkapkan informasi sosial pada laporan tahunannya. Hal ini diduga disebabkan rendahnya bahkan banyak perusahaan yang sahamnya tidak dimiliki manajerial. Pada beberapa perusahaan yang teridentifikasi memiliki prosentase kepemilikan manajerial, menunjukkan proporsi kepemilikan manajerial yang relatif kecil, sehingga manajer dimungkinkan tidak memiliki wewenang penuh untuk mempengaruhi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Anggraini (2006) yang menyatakan bahwa kepemilikan manajemen berpengaruh terhadap *social disclosure*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Variabel *net profit margin* dan *size* terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *social disclosure*. Sebaliknya untuk variabel umur perusahaan, *leverage*, kepemilikan manajemen terbukti tidak berpengaruh terhadap *social disclosure*. Sehingga secara keseluruhan, perusahaan di Indonesia ditahun pengamatan masih belum sepenuhnya siap terhadap penerapan ISO 26000 sebagai panduan pengungkapan sosial.

Saran

Saran yang dapat diberikan untuk mengatasi keterbatasan tersebut adalah dengan melakukan observasi langsung terhadap perusahaan-perusahaan bersangkutan, sehingga investor dapat memperoleh informasi yang lebih obyektif. Untuk kepentingan penelitian, perlu adanya penggolongan umur dan ukuran perusahaan oleh badan yang berwenang, sehingga diperoleh kesamaan antara satu peneliti dengan peneliti lainnya.

Selain itu belum adanya pedoman baku tentang perusahaan-perusahaan yang tergolong *high profile*, dapat menjadi pertimbangan bagi badan yang berwenang untuk menetapkan jenis perusahaan yang tergolong *high profile*. Dengan demikian, selain dapat dijadikan pedoman bagi penelitian selanjutnya, investor juga dapat memperoleh informasi yang akurat tentang seberapa besar tanggung jawab sosial kategori perusahaan ini, sebagai salah satu faktor yang

dipertimbangkan dalam melakukan investasi. Kesiapan perusahaan dalam menghadapi standar pengungkapan sosial, termasuk ISO 26000 juga dipengaruhi oleh standar baku pengungkapan sosial itu sendiri. Selama pengungkapan sosial (*social disclosure*) masih bersifat sukarela dan belum diwajibkan oleh badan yang berwenang, maka partisipasi perusahaan untuk melakukan tanggungjawab sosialnya juga masih rendah.

DAFTAR RUJUKAN

- Anggraini, R. 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan. *Simposium Nasional Akuntansi 9*, Padang, 23–26 Agustus.
- Anthony, R.N., dan Govindaradjan. 1998. *Management Control System, 9th Edition*. Jakarta: Salemba Empat.
- Chariri, A. 2008. Kritik Sosial Atas Pemakaian Teori dalam Penelitian Sosial dan Lingkungan, *Jurnal Maksi*. 8(2): 158–159.
- Daniri, M.A. 2008a. *CSR based on ISO 26000 Guidance Standard on Social Responsibility*, (online), ([Http://www.madani-ri.com](http://www.madani-ri.com) ,diakses 5 Mei 2010).
- Daniri, M.A. 2008b. *Standarisasi Tanggungjawab Sosial Perusahaan (Bag. II)*, (online), ([Http://www.madani-ri.com/2008/02/11/standarisasi-tanggung-jawab-sosialperusahaan-bag-ii/](http://www.madani-ri.com/2008/02/11/standarisasi-tanggung-jawab-sosialperusahaan-bag-ii/)), diakses 5 Mei 2010).
- Fitriani. 2001. *Signifikansi Perbedaan Tingkat Kelengkapan Pengungkapan Wajib dan Sukarela pada Laporan Keuangan Perusahaan Publik yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta*. Makalah disajikan dalam Simposium Nasional Akuntansi IV.
- Houston, F.J., dan Eugene, F.B. 2004. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Jilid I (edisi revisi)*. Jakarta: Erlangga.
- Irawan, B. 2006. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kelengkapan Pengungkapan Laporan Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta*. Skripsi tidak diterbitkan. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Ismail, S. 2009. *Corporate Social Responsibility: From Charity to Sustainability*. Jakarta: Salemba Empat.
- Pujiningsih, S. 2008. *Akuntansi Sosial*. Malang: Universitas Negeri Malang.
- Rachmawati, M. 2009. Study Perbandingan Pengaturan tentang CSR di Beberapa Negara Dalam Upaya Perwujudan Prinsip GCG, (online), (<http://marisa.blogspot.com/2009/studi-perbandingan-pengaturan-tentang.html>), diakses 30 Agustus 2010).
- Sembiring, R.E. 2005. *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta*. Makalah disajikan dalam Simposium Nasional Akuntansi VIII, 15–16 Oktober.
- Wahidahwati. 2002. Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional Pada Kebijakan Hutang Perusahaan. Sebuah Perspektif Theory Agency. *Jurnal & Riset Akuntansi Indonesia*. 5(2):1–16.