

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Legitimasi

Legitimasi dapat dianggap sebagai menyamakan persepsi atau asumsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas merupakan tindakan yang diinginkan, pantas ataupun sesuai dengan sistem norma, nilai, kepercayaan dan definisi yang dikembangkan secara sosial (Suchman, 1995 dalam Kirana, 2009). Legitimasi dianggap penting bagi perusahaan dikarenakan legitimasi masyarakat kepada perusahaan menjadi faktor yang strategis bagi perkembangan perusahaan ke depan.

Teori legitimasi didasarkan pada pengertian kontrak sosial yang diimplikasikan antara institusi sosial dan masyarakat (Ahmad dan Sulaiman, 2004). Teori tersebut dibutuhkan oleh institusi-institusi untuk mencapai tujuan agar kongruen dengan masyarakat luas. Gray et al (1996) dalam Ahmad dan Sulaiman (2004) berpendapat bahwa legitimasi merupakan:

”...a systems-oriented view of the organisation and society ...permits us to focus on the role of information and disclosure in the relationship between organisations, the State, individuals and groups”.

Definisi tersebut mengatakan bahwa legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah individu dan kelompok masyarakat. Untuk itu, sebagai suatu sistem yang mengutamakan keberpihakan atau kepentingan masyarakat, operasi perusahaan harus sesuai dengan harapan dari masyarakat.

Deegan (2002) menyatakan legitimasi dapat diperoleh manakala terdapat kesesuaian antara keberadaan perusahaan tidak mengganggu atau sesuai (*congruent*) dengan eksistensi sistem nilai yang ada dalam masyarakat dan lingkungan. Ketika terjadi pergeseran yang menuju ketidaksesuaian, maka pada saat itu legitimasi perusahaan dapat terancam.

Dasar pemikiran teori ini adalah organisasi atau perusahaan akan terus berlanjut keberadaannya jika masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi untuk sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai masyarakat itu sendiri. Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Perusahaan menggunakan laporan tahunan mereka untuk menggambarkan kesan tanggung jawab lingkungan, sehingga mereka diterima oleh masyarakat. Dengan adanya penerimaan dari masyarakat tersebut diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

2.1.2 Teori *Stakeholder*

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya (pemegang saham, konsumen, investor, kreditor, *supplier*, pemerintah, masyarakat dan pihak-pihak lain yang berkepentingan dengan perusahaan). Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007).

Wibisono (dalam Kirana, 2009) mengartikan *stakeholders* sebagai pemangku kepentingan yaitu pihak atau kelompok yang berkepentingan, baik langsung maupun tidak langsung, terhadap eksistensi atau aktivitas perusahaan, dan karenanya kelompok tersebut mempengaruhi dan/ atau dipengaruhi oleh perusahaan.

Berdasarkan teori *stakeholder*, manajemen organisasi diharapkan untuk melakukan aktivitas yang dianggap penting oleh *stakeholder* mereka dan melaporkan kembali aktivitas-aktivitas tersebut pada *stakeholder*. Teori ini menyatakan bahwa seluruh *stakeholder* memiliki hak untuk disediakan informasi tentang bagaimana aktivitas organisasi atau perusahaan mempengaruhi mereka, bahkan ketika memilih untuk tidak menggunakan informasi tersebut (Ulum, 2009).

Pertimbangan pada teori *stakeholder* lebih menitikberatkan pada *stakeholder* yang dinilai memiliki kekuatan lebih dibandingkan *shareholder*. *Stakeholder* memiliki harapan segala aktivitas yang dilakukan oleh pihak manajemen suatu perusahaan merupakan aktivitas yang penting bagi *stakeholder* dan dapat melaporkannya ke *stakeholder*. Manajemen perusahaan menjadikan *stakeholder* sebagai pertimbangan atas diungkapkan atau tidak diungkapkannya suatu informasi di dalam laporan keuangan.

Salah satu strategi untuk menjaga hubungan dengan para *stakeholder* perusahaan adalah dengan melaksanakan CSR, dengan pelaksanaan CSR diharapkan keinginan dari *stakeholder* dapat terakomodasi sehingga akan menghasilkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan *stakeholdernya*. Hubungan yang harmonis akan berakibat pada perusahaan dapat mencapai keberlanjutan atau kelestarian perusahaannya.

2.1.3 Teori Agensi

Prinsip utama teori ini adalah adanya pemisahan antara kepemilikan (pihak *principal*/pemegang saham) dan pengendalian (pihak *agent*/manajer). Jansen dan Meckling (1986) dalam Fahrizqi (2010) menyatakan hubungan keagenan adalah suatu kontrak di mana satu atau lebih orang (*prinsipal*) melibatkan orang lain (*agent*) untuk melakukan beberapa layanan atas nama mereka yang melibatkan mendelegasikan sebagian kewenangan pengambilan keputusan kepada agen. Pemegang saham memiliki harapan bahwa manajer akan menghasilkan *return* dari

uang yang mereka investasikan. Oleh karena itu, kontrak yang baik antara pemegang saham dan manajer adalah kontrak yang mampu menjelaskan spesifikasi-spesifikasi apa sajakah yang harus dilakukan manajer dalam mengelola dana para pemegang saham, dan spesifikasi tentang pembagian return antara manajer dengan pemegang saham.

Namun pada kenyataannya, manajer tidak selalu bertindak sesuai dengan kepentingan pemegang saham sehingga menimbulkan *agency problems* yang diakibatkan oleh perbedaan kepentingan kedua belah pihak. *Agency problems* dapat merugikan pemegang saham karena tidak terlibat langsung dalam pengelolaan perusahaan sehingga tidak memiliki akses untuk mendapatkan informasi yang memadai.

Teori agensi menjelaskan hubungan antara *principal* dengan agen. Praktik CSR dan pengungkapannya juga dikaitkan dengan *agency theory* (Cowen et al, 1987; Adams, 2002; dan Campbell, 2000 dalam Farook dan Lanis, 2005).

Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan salah satu komitmen manajemen untuk meningkatkan kinerjanya terutama dalam kinerja sosial. Dengan demikian, manajemen akan mendapatkan penilaian positif dari pemilik modal.

2.1.4 Definisi Pengungkapan (*Disclosure*)

Bagi pihak-pihak diluar manajemen suatu perusahaan, laporan keuangan merupakan jendela informasi yang memungkinkan mereka untuk mengetahui kondisi suatu perusahaan pada suatu masa pelaporan. Secara konseptual, pengungkapan merupakan bagian dari integral dari pelaporan keuangan, secara teknis, pengungkapan merupakan langkah akhir dalam proses akuntansi, yaitu penyajian informasi dalam bentuk seperangkat penuh statement keuangan. Evans (2003) dalam Suwardjono (2005) mengartikan pengungkapan sebagai berikut:

“Disclosure mean supplying information in the financial statement, including the statements themselves, the notes to the statement, and the supplementary disclosures associated with the statement. It does not extend to public or private statement made by management or information provided outside the financial statement.”

Secara spesifik, Wolk, Tearney, dan Dodd (2001) dalam Suwardjono (2005) menginterpretasi pengertian pengungkapan sebagai berikut:

“Broadly interpreted, disclosure is concerned with the information in both the financial statements and supplementary communication including footnote, post-statement events, managements discussion and analysis of operation for the forthcoming years, financial and reporting forecasts, and additional financial statements convering, segmental and extentions beyond historical cost.”

Evans berhasil membatasi pengertian pengungkapan hanya pada hal-hal yang menyangkut pelaporan keuangan. Pernyataan manajemen dalam surat kabar atau media massa lain serta informasi diluar lingkup pelaporan keuangan tidak masuk dalam pengertian pengungkapan.

Secara umum, tujuan pengungkapan adalah menyajikan informasi yang dipandang perlu untuk mencapai tujuan pelaporan keuangan dan untuk melayani berbagai pihak yang mempunyai kepentingan berbeda-beda. Sedangkan tujuan khususnya yaitu sebagai berikut :

1. Tujuan Melindungi

Tujuan melindungi dilandasi oleh gagasan bahwa tidak semua pemakai cukup canggih sehingga pemakai yang naif perlu dilindungi dengan mengungkapkan informasi yang mereka tidak mungkin memperolehnya atau tidak mungkin mengolah informasi untuk menangkap substansi ekonomik yang melandasi suatu pos-statement keuangan. Dengan kata lain, pengungkapan dimaksudkan untuk melindungi perlakuan manajemen yang makin kurang adil dan terbuka (*unfair*).

2. Tujuan Informatif

Tujuan informatif dilandasi oleh gagasan bahwa pemakai yang dituju sudah jelas dengan tingkat kecanggihan tertentu. Dengan demikian, pengungkapan diarahkan untuk menyediakan informasi yang dapat membantu keefektifan pengambilan keputusan pemakai tersebut.

3. Tujuan Kebutuhan Khusus

Tujuan ini merupakan gabungan dari tujuan perlindungan publik dan tujuan informatif. Apa yang harus diungkapkan kepada publik dibatasi dengan apa yang dipandang perlu bagi pemakai yang dituju sementara untuk tujuan pengawasan, informasi tertentu harus disampaikan kepada badan pengawas berdasarkan peraturan melalui formulir-formulir yang menuntut pengungkapan secara rinci.

2.1.5 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Pengertian pertanggungjawaban sangat beragam. Intinya, tanggung jawab sosial adalah operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, melainkan pula untuk pembangunan sosial-ekonomi kawasan secara holistik, melembaga dan berkelanjutan.

Dauman dan Hargreaves (1992) dalam Hasibuan (2001) menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan dapat dibagi menjadi tiga level sebagai berikut:

1. *Basic Responsibility* (BR)

Pada level pertama, menghubungkan tanggung jawab yang pertama dari suatu perusahaan, yang muncul karena keberadaan perusahaan tersebut seperti; perusahaan harus membayar pajak, memenuhi hukum, memenuhi standar pekerjaan, dan memuaskan pemegang saham. Bila tanggung jawab pada level ini tidak dipenuhi akan menimbulkan dampak yang sangat serius.

2. *Organization responsibility (OR)*

Pada level kedua ini menunjukkan tanggung jawab perusahaan untuk memenuhi perubahan kebutuhan *stakeholder* seperti pekerja, pemegang saham, dan masyarakat di sekitarnya.

3. *Societal Responses (SR)*

Pada level ketiga, menunjukkan tahapan ketika interaksi antara bisnis dan kekuatan lain dalam masyarakat yang demikian kuat sehingga perusahaan dapat tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan, terlibat dengan apa yang terjadi dalam lingkungannya secara keseluruhan.

Dari ketiga pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa tanggung jawab sosial adalah suatu bentuk pertanggungjawaban yang seharusnya dilakukan perusahaan, atas dampak positif maupun dampak negatif yang ditimbulkan dari aktivitas operasionalnya, dan mungkin sedikit-banyak berpengaruh terhadap masyarakat internal maupun eksternal dalam lingkungan perusahaan.

Selain itu menurut Anggraini (2006) 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 terhadap *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi dibidang hukum. Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*.

Sustainability Reporting adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). *Sustainability Reporting* meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi (*the Association of Chartered Certified Accountants*, 2004 dalam Anggraini, 2006). *Sustainability report* harus menjadi dokumen strategik yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *sustainability development* yang membawanya menuju kepada *core business* dan sektor industrinya.

Zhegal dan Ahmad (1990) dalam Anggraini (2006) mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan sosial perusahaan, yaitu sebagai berikut:

1. Lingkungan, meliputi pengendalian terhadap polusi, pencegahan atau perbaikan terhadap kerusakan lingkungan, konservasi alam, dan pengungkapan lain yang berkaitan dengan lingkungan.
2. Energi, meliputi konservasi energi, efisiensi energi, dll.
3. Praktik bisnis yang wajar, meliputi pemberdayaan terhadap minoritas dan perempuan, dukungan terhadap usaha minoritas, tanggung jawab sosial.
4. Sumber daya manusia, meliputi aktivitas di dalam suatu komunitas, dalam kaitan dengan pelayanan kesehatan, pendidikan dan seni.
5. Produk, meliputi keamanan, pengurangan polusi.

Perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan juga tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungannya

tempat perusahaan beroperasi. Hal ini sejalan dengan *legitimacy theory* yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai *justice*, dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan (Tilt, 1994 dalam Haniffa dan Cooke, 2005). Jika terjadi ketidakselarasan antara sistem nilai perusahaan dan sistem nilai masyarakat, maka perusahaan akan kehilangan legitimasinya, yang selanjutnya akan mengancam kelangsungan hidup perusahaan (Lindblom, 1994 dalam Haniffa dan Cooke, 2005).

2.1.6 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Menurut Hackston dan Milne (1996) dalam Sembiring (2005) pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sering disebut juga sebagai *corporate social responsibility* atau *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social reporting* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Pengungkapan tanggung jawab sosial juga dapat diartikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap *strategic stakeholders*-nya, terutama komunitas dan masyarakat sekitar wilayah kerja dan operasinya (Daniri, 2008).

Adapun tujuan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah:

1. Untuk meningkatkan *image* perusahaan.
2. Untuk meningkatkan akuntabilitas suatu organisasi, dengan asumsi bahwa terdapat kontrak sosial antara organisasi dengan masyarakat.
3. Sebagai perpanjangan dari pelaporan keuangan tradisional dan tujuannya adalah untuk memberikan informasi kepada investor.

Darrough (1993) dalam Simanjuntak dan Widiastuti (2004) mengemukakan ada dua jenis pengungkapan dalam hubungannya dengan persyaratan yang ditetapkan standar, yaitu pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*). Pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) adalah pengungkapan minimum yang disyaratkan oleh lembaga yang berwenang (Pajak, Undang-Undang, SAK, maupun BAPEPAM). Jika perusahaan tidak bersedia untuk mengungkapkan informasi secara sukarela, pengungkapan wajib akan memaksa perusahaan untuk mengungkapkannya.

Sedangkan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) adalah pengungkapan butir-butir yang dilakukan secara sukarela oleh perusahaan, mencakup lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum (Hackson dan Milne, 1996 dalam Sembiring, 2003).

Menurut Gray et.al., (1995b) dalam Sembiring (2003) ada dua pendekatan yang secara signifikan berbeda dalam melakukan penelitian tentang pengungkapan

tanggung jawab sosial perusahaan. Pertama, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mungkin diperlukan sebagai suplemen dari aktivitas akuntansi konvensional. Pendekatan ini secara umum akan menganggap masyarakat keuangan sebagai pemakai utama pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan cenderung membatasi persepsi tentang tanggung jawab sosial yang dilaporkan. Pendekatan alternatif kedua dengan meletakkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada suatu pengujian peran informasi dalam hubungan masyarakat dan organisasi.

2.1.7 Profitabilitas

Pengungkapan mengenai pertanggungjawaban sosial perusahaan mencerminkan suatu pendekatan perusahaan dalam melakukan adaptasi dengan lingkungan yang dinamis dan bersifat multidimensi. Hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan profitabilitas perusahaan mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial yang sama dengan gaya manajerial yang dilakukan pihak manajemen untuk membuat suatu perusahaan memperoleh keuntungan (Bowman dan Haire, 1976 dalam Sembiring, 2003).

Penelitian di Indonesia yang dilakukan oleh Yuliani (2003) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan. Donovan dan Gibson (2000) dalam Hasibuan (2003) menyatakan berdasarkan teori legitimasi, salah satu argumen dalam hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial adalah

ketika perusahaan memiliki laba yang tinggi, perusahaan tidak perlu melaporkan hal-hal yang mengganggu informasi tentang suksesnya keuangan perusahaan. Sebaliknya pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca “*good news*” kinerja perusahaan. Misalnya dalam lingkup sosial, ketika investor membaca laporan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diharapkan mereka tetap berinvestasi di perusahaan tersebut. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa profitabilitas mempunyai hubungan negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Namun hal ini bertentangan dengan teori agensi yang menyatakan bahwa semakin besar perolehan laba yang didapat perusahaan, maka semakin luas informasi sosial yang diungkapkan perusahaan. Ini dilakukan untuk mengurangi biaya keagenan yang muncul.

Penelitian ini menggunakan proksi ROA untuk mengukur profitabilitas. ROA adalah rasio keuntungan bersih setelah pajak terhadap jumlah aset secara keseluruhan. Rasio ini merupakan suatu ukuran untuk menilai seberapa besar tingkat pengembalian (%) dari aset yang dimiliki. Apabila rasio ini tinggi berarti menunjukkan adanya efisiensi yang dilakukan oleh pihak manajemen. Demikian juga Syamsudin (2004) mengatakan bahwa *Return on Asset (ROA)* merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan di dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia di dalam perusahaan, semakin tinggi rasio ini berarti semakin baik keadaan suatu perusahaan.

Alasan peneliti menggunakan ROA dalam melakukan penelitian mengenai pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah salah satu alat ukur finansial yang sampai saat ini masih digunakan untuk mengukur tingkat pengembalian investasi. Keunggulan ROA dibanding ROE menurut ukuran *profitabilitas* adalah *Return on Asset* (ROA) memfokuskan kemampuan perusahaan untuk memperoleh *earning* dalam operasi perusahaan, sedangkan *Return on Equity* (ROE) hanya mengukur return yang diperoleh dari investasi pemilik perusahaan dalam bisnis tersebut.

2.1.8 Leverage

Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* tinggi berarti sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* lebih rendah lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri. Tingkat *leverage* perusahaan, dengan demikian menggambarkan risiko keuangan perusahaan.

Teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi (Jensen dan Meckling, 1976).

Menurut Belkaoui dan Karpik (1989) dalam Sembiring (2005) berdasarkan teori agensi, tingkat *leverage* yang diproksikan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) mempunyai pengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Manajemen perusahaan dengan tingkat DER yang tinggi cenderung mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*.

Karena dengan semakin tingginya rasio DER maka kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian kontrak akan lebih besar. Oleh karena itu manajer akan menggunakan metode akuntansi yang memaksimalkan laba yang ada dengan cara mengurangi biaya yang ada salah satunya biaya pengungkapan sosial.

2.1.9 Konvergensi IFRS di Indonesia

IFRS (*International Financial Reporting Standards*) merupakan sebuah standar, interpretasi dan kerangka kerja dalam rangka penyusunan dan penyajian laporan keuangan yang diadopsi oleh IASB. Sebelumnya IFRS ini lebih dikenal dengan nama *International Accounting Standards* (IAS). Konvergensi IFRS adalah penyesuaian pernyataan standar akuntansi keuangan (PSAK) yang berlaku di Indonesia yang disesuaikan dengan standar internasional (IFRS). Tujuan dari konvergensi ini diantaranya adalah untuk memperkuat transparansi dan akuntabilitas, memperkuat regulasi, pasar keuangan yang berintegritas, memperkuat kembali kerjasama internasional.

Menurut Dewan Standar Akuntansi Keuangan (DSAK) dalam Situmorang (2011), tingkat pengadopsian IFRS dapat dibedakan menjadi 5 tingkat:

1. *Full Adoption*; Suatu negara mengadopsi seluruh standar IFRS dan menerjemahkan IFRS sama persis ke dalam bahasa yang negara tersebut gunakan.
2. *Adopted*; Program konvergensi PSAK ke IFRS telah dicanangkan IAI pada Desember 2008. *Adopted* maksudnya adalah mengadopsi IFRS namun disesuaikan dengan kondisi di negara tersebut.
3. *Piecemeal*; Suatu negara hanya mengadopsi sebagian besar nomor IFRS yaitu nomor standar tertentu dan memilih paragraf tertentu saja.
4. *Referenced (konvergence)*; Sebagai referensi, standar yang diterapkan hanya mengacu pada IFRS tertentu dengan bahasa dan paragraf yang disusun sendiri oleh badan pembuat standar.
5. *Not adopted at all*; Suatu negara sama sekali tidak mengadopsi IFRS.

Indonesia menganut bentuk yang mengambil IFRS sebagai referensi dalam sistem akuntansinya.

Tahapan adopsi yang dilakukan oleh Dewan Standar Akuntansi Keuangan menuju konvergensi IFRS adalah: (1) Tahap pertama (tahap adopsi pada tahun 2008-2010) yaitu adopsi seluruh IFRS ke PSAK, persiapan infrastruktur yang diperlukan, evaluasi dan kelola dampak adopsi terhadap psak yang berlaku. (2) Tahap kedua (tahap persiapan akhir pada tahun 2011) yaitu penyelesaian persiapan infrastruktur yang diperlukan, penyelesaian persiapan infrastruktur yang

diperlukan. (3) Tahap ketiga (implementasi tahun 2012) yaitu penerapan PSAK berbasis IFRS secara bertahap, evaluasi dampak penerapan PSAK secara komprehensif.

Konvergensi IFRS ke dalam standar akuntansi di Indonesia diharapkan dapat memberikan kontribusi dan manfaat, diantaranya: (1) peningkatan daya banding laporan keuangan dan memberikan informasi yang berkualitas di pasar modal internasional; (2) menghilangkan hambatan arus modal internasional dengan mengurangi perbedaan dalam ketentuan pelaporan keuangan; (3) mengurangi biaya pelaporan keuangan bagi perusahaan multinasional dan biaya untuk analisis keuangan bagi para analis; (4) meningkatkan kualitas pelaporan keuangan menuju “*best practice*”.

2.1.10 *Historical Cost*

Sebelum adanya IFRS, akuntansi umumnya menggunakan *historical cost* untuk pengukuran transaksinya. *Historical cost* merupakan jumlah kas atau setara kas yang dibayarkan atau nilai wajar imbalan lain yang diserahkan untuk memperoleh aset pada saat perolehan atau konstruksi, atau jumlah kas atau setara kas yang diperoleh dari kewajiban. Jumlah yang dapat distribusikan langsung ke aset pada saat pertama kali diakui sesuai dengan persyaratan tertentu didalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK).

Prinsip *historical cost* menghendaki digunakannya harga perolehan dalam mencatat aktiva, utang, modal dan biaya. Yang dimaksud dengan harga perolehan adalah harga pertukaran yang disetujui oleh kedua belah pihak yang tersangkut dalam transaksi. Harga perolehan ini harus terjadi pada seluruh transaksi diantara kedua belah pihak yang bebas. Harga pertukaran ini dapat terjadi pada seluruh transaksi dengan pihak eksternal, baik yang menyangkut aktiva, hutang, modal dan transaksi lainnya.

Transaksi dengan menggunakan *historical cost* memiliki kelemahan yaitu kurang mencerminkan kondisi yang sebenarnya pada tahun sesudah transaksi. Sebab dengan adanya pemakaian maka nilai dari suatu aset (kecuali tanah) akan mengalami penurunan. Sehingga pengakuan aset pada tanggal neraca tetap dicantumkan sebesar nilai perolehannya, sementara nilai sesungguhnya dari aset tersebut tidak sebesar yang tercantum.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang pengaruh profitabilitas dan *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan yang terdaftar di bursa efek indonesia serta perbandingan masing-masing variabel sebelum dan sesudah konvergensi IFRS merupakan rujukan dari beberapa penelitian sebelumnya (replikasi) yang dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Belkoui dan Karpik (1989)	<i>Determinants of the Corporate Decision to Disclose Sosial Information</i>	<i>Social performance, leverage, dividen, size, rasio modal intensif, resiko sistematis, return on asset, stock price return.</i>	<i>Social performance, size, dan risiko sistematis berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, leverage berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.</i>
2	Sembiring (2003)	Kinerja Keuangan, <i>Political Visibility</i> , Ketergantungan pada Hutang, dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	<i>Profitabilitas, umur perusahaan, earning per-share, size, kepemilikan publik, leverage.</i>	<i>Size, dan kepemilikan publik berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan profitabilitas, umur perusahaan, earning per-share, dan leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.</i>

3	Ahmad Nurkhin (2009)	<i>Corporate Governance</i> dan Profitabilitas, Pengaruhnya terhadap Pengungkapan Sosial Perusahaan	<i>Corporate governance</i> (kepemilikan institusional dan komposisi dewan komisaris) dan profitabilitas.	Kepemilikan institusional tidak terbukti berpengaruh secara signifikan, sedangkan komposisi dewan komisaris dan profitabilitas terbukti secara signifikan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan
4	Marzully Nur dan Denies Priantinah (2012)	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> di Indonesia (Studi Empiris pada Perusahaan Berkategori <i>High Profile</i> yang <i>Listing</i> di Bursa Efek	Profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan saham, dewan direksi, <i>leverage</i> , dan pengungkapan media.	Profitabilitas, kepemilikan saham, dan pengungkapan media tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan. Sedangkan dewan dan <i>leverage</i> berpengaruh signifikan negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

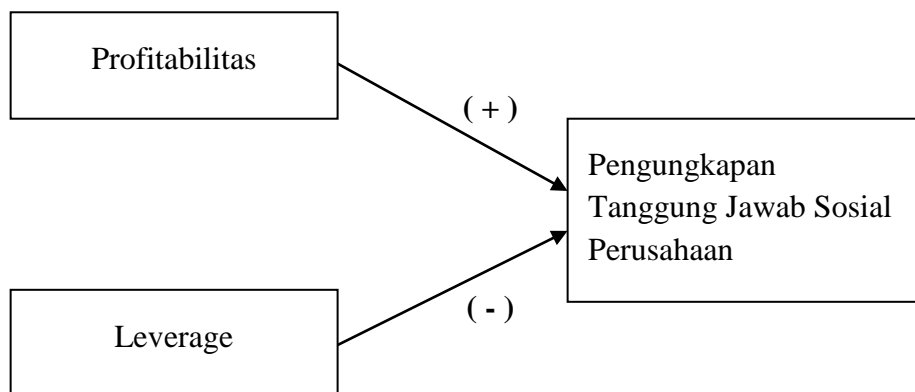
		Indonesia)		
5	G.A.M. Ervina Rosiana, Gede Juliarsa, M.M. Ratna Sari (2013)	Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi	Profitabilitas dan nilai perusahaan.	Profitabilitas dan nilai perusahaan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.
6	Liu (2010)	<i>Net Income Comparability Between EU-IFRS and US-GAAP</i>	<i>Net income comparability, between IFRS and GAAP</i>	Ada perbedaan signifikan pada <i>net income</i> di bawah EU-IFRS dengan US-GAAP.

Ketidakkonsistenan dalam penelitian terdahulu terjadi mungkin disebabkan oleh banyak faktor, diantaranya jumlah sampel, periode pengamatan, dan metode analisis variabel. Mengingat ketidakkonsistenan dari hasil penelitian para ahli yang telah dikemukakan di atas, maka dalam penelitian ini menguji kembali pengaruh profitabilitas dan *leverage* terhadap pengungkapan sosial perusahaan kekhutanan dalam laporan tahunan di Bursa Efek Indonesia sebelum dan sesudah konvergensi IFRS.

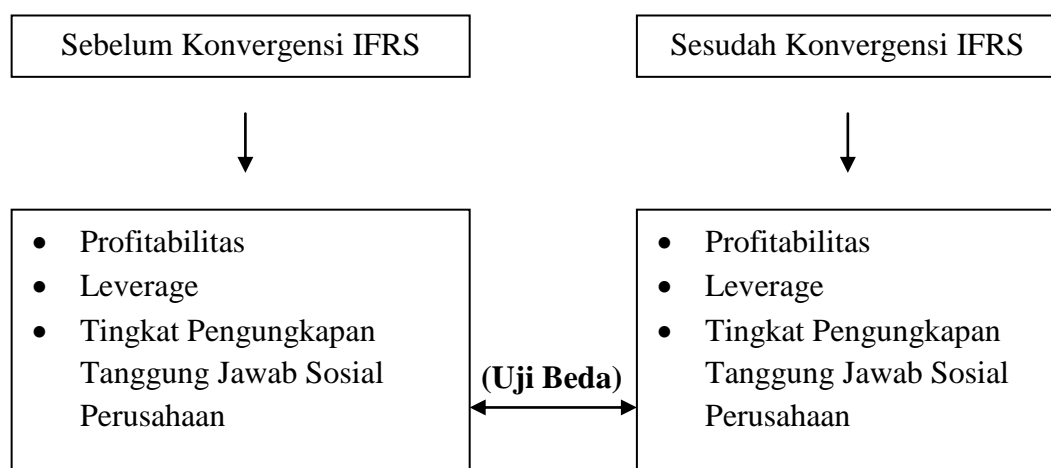
2.3 Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian yang menunjukkan hubungan antara variabel penelitian ini adalah:

Kerangka Penelitian 1



Kerangka Penelitian 2



2.4 Hipotesis

Penelitian ini dilakukan untuk memberi gambaran tentang praktek pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilaksanakan oleh perusahaan di Indonesia dan mengetahui pengaruh kinerja perusahaan (profitabilitas dan *leverage*) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan serta memberikan informasi tentang perbedaan kinerja keuangan dan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebelum dan sesudah diterapkannya IFRS pada seluruh perusahaan kehutanan yang terdaftar di BEI periode 2011 dan periode 2013.

2.4.1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Profitabilitas atau keuntungan perusahaan merupakan hasil dari kebijaksanaan dan keputusan yang dibuat oleh manajemen. Profitabilitas dapat diukur melalui rasio profitabilitas yang akan menunjukkan seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga menghasilkan keuntungan pada perusahaan.

Heinze (1976) dalam Fahrizqi (2010) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

Nurkhin (2009) menyatakan profitabilitas terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dalam hasil penelitian Fahrizqi (2010) menyatakan secara parsial profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan arah positif. Penelitian Rosiana et al (2013) menunjukkan bahwa profitabilitas mampu memoderasi (memperkuat) pengaruh pengungkapan CSR.

Berdasarkan uraian diatas, diajukan hipotesis sebagai berikut:

H1: Profitabilitas yang diproksikan dengan ROA berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan kehutanan sebelum konvergensi IFRS

H2: Profitabilitas yang diproksikan dengan ROA berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan kehutanan sesudah konvergensi IFRS

2.4.2. Pengaruh *Leverage* terhadap Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Menurut Makmun (2002) dalam Bramantya (2010) *leverage* keuangan (*ratio leverage*) adalah perbandingan antara dana yang diperoleh dari eksternal perusahaan (dari kreditur-kreditur) dengan dana yang disediakan pemilik perusahaan. Rasio tersebut digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang.

Sembiring (2005) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan dalam penelitian Fahrizqi (2010) menyatakan besar kecilnya *leverage* tidak mempengaruhi luas pengungkapan sosial perusahaan secara signifikan. Penelitian Belkaoui dan Karpik (1989) dalam Anggraini (2006) menemukan ada hubungan negatif antara pengungkapan sosial dengan tingkat *financial leverage*, hal ini berarti semakin tinggi rasio utang/modal semakin rendah tingkat tanggung jawab sosial perusahaannya karena semakin tinggi tingkat *leverage* maka semakin besar kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian kredit.

Berdasarkan uraian di atas, diajukan hipotesis sebagai berikut:

H3: Leverage yang diproksikan dengan DER berpengaruh negatif terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan kehutanan sebelum konvergensi IFRS

H4: Leverage yang diproksikan dengan DER berpengaruh negatif terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan kehutanan sesudah konvergensi IFRS

2.4.3 Perbedaan Laporan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Perusahaan Sebelum dan Sesudah Konvergensi IFRS

Dampak penerapan IFRS bagi perusahaan sangat beragam tergantung jenis industri, jenis transaksi, elemen laporan keuangan yang dimiliki dan juga pilihan kebijakan akuntansi. Ada yang perubahannya besar sampai harus melakukan

perubahan sistem operasi dan bisnis perusahaan, namun ada juga perubahan tersebut hanya terkait dengan prosedur akuntansi (Martani, 2011). Dampak lain yang secara umum dapat ditimbulkan dari program konvergensi IFRS adalah akses ke pendanaan internasional akan lebih terbuka, relevansi laporan keuangan akan meningkat, kinerja keuangan akan lebih fluktuatif apabila harga-harga fluktuatif, *income smoothing* menjadi semakin sulit dengan penggunaan *balance sheet approach* dan *fair value*. (Ismoyo, 2009).

Horton et al (2010) menemukan adanya peningkatan kualitas lingkungan informasi setelah adopsi IFRS dengan mengukur ketepatan peramalan dan pengukuran lain dari kualitas lingkungan informasi. Liu et al (2010) menganalisis 50 perusahaan Uni Eropa yang *listed* di USA menemukan bahwa ada perbedaan signifikan pada *net income* dibawah IFRS Uni Eropa dengan US-GAAP. Studi terkini yang dilakukan oleh Yip dan Young (2012) menemukan bahwa konvergensi IFRS dapat meningkatkan kualitas komparabilitas informasi akuntansi.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H5: Ada perbedaan pada tingkat profitabilitas (ROA) pada perusahaan kehutanan sebelum dan sesudah konvergensi IFRS

H6: Ada perbedaan pada tingkat *leverage* (DER) pada perusahaan kehutanan sebelum dan sesudah konvergensi IFRS

H7: Ada perbedaan pada tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) pada perusahaan kehutanan sebelum dan sesudah konvergensi IFRS