

ANALISIS TENTANG PENTINGNYA TANGGUNGJAWAB DAN AKUNTANSI SOSIAL PERUSAHAAN (CORPORATE RESPONSIBILITIES AND SOCIAL ACCOUNTING)

Studi Kasus Empiris di Kota Medan

Azizul Kholis
Dosen Tetap Universitas Negeri Medan

Azhar Maksum
Dosen STIE Harapan Medan

Abstract

The objective of this study is to explain affecting factors influenced corporate social responsibility importance by Managerial Perception. Based on Stakeholders theory, the study will investigated social responsibility accounting phenomena on business practices especially in globalization era. Two regressions models are used to analyze the hypothesis testing. Theoretical framework is replicated from Henriques and Sandorsky's (1999). Data were collected by using questionnaires which were mailed to 300 companies in Medan city. There were 67 responses of 54 which were completed and hence usable. Sample are 54 (fifty four) companies in Medan City, North Sumatra. The empirical finding showed that Government regulation, Community pressure, environmental organization pressure and Mass media pressure are significant factors to corporate social responsibility importance and it's has positive influenced to social Accounting. The implication of this study is Corporate Social Responsibility Accounting is important issued to discussing in Indonesia.

Keywords: Corporate, responsibility, social accounting, managerial perception

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Pergeseran filosofis pengelolaan organisasi entitas bisnis yang didasarkan pada teori keagenan (*Agency Theory*) yaitu tanggung jawab perusahaan yang hanya berorientasi kepada pengelola (*agen*) dan pemilik (*Principles*) mengalami perubahan kepada pandangan manajemen moderen yang didasarkan pada teori *stakeholder*, yaitu terdapatnya perluasan tanggung jawab perusahaan dengan dasar pemikiran bahwa pencapaian tujuan perusahaan sangat berhubungan erat dengan pola (*setting*) lingkungan sosial dimana perusahaan berada (Azizul, 2001). Seiring dengan perkembangan isu tersebut, para akuntan juga membicarakan bagaimana permasalahan tanggung jawab sosial perusahaan dapat diadaptasikan dalam ruang lingkup akuntansi (Azhar, 1991). Sejak tahun 1970-an masalah tanggung jawab sosial perusahaan ini terus menjadi isu penting dikalangan profesi akuntan dan dibahas oleh beberapa penulis seperti Estes (1973); Bowman dan Mason (1976); K.Most (1977) Carrol A.B (1984); Henderson (1984) dan Chua (1990) dalam Tjiptohadi (1991), sehingga dapat dipahami ide dasar yang melandasi berkembangnya akuntansi sosial (*Social Accounting*) secara umum adalah tuntutan terhadap perluasan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate sosial responsibility*). Hasil-hasil penelitian empiris juga membuktikan bahwa urgensi tanggung jawab sosial perusahaan mendorong perusahaan-perusahaan khususnya di beberapa negara industri seperti Amerika dan negara-negara di eropa dalam praktiknya mulai melakukan pengukuran (*measurement*), pengakuan (*recognized*) dan pengungkapan (*disclosure*) hal-hal yang bersifat externalities tersebut. Salah satu studi yang dilakukan oleh Adam et.al (1997) di enam negara eropa yaitu Jerman, Prancis, Swiss, Inggris dan Belanda menunjukkan bahwa praktik pengungkapan sosial merupakan hal yang lazim dalam laporan tahunan perusahaan.

Selanjutnya beberapa penelitian juga fokus terhadap isu-isu bagaimana perusahaan mengelola lingkungan sosialnya (Newman dan Bredenn, 1992); Kinerja Tanggung jawab sosial perusahaan (Henriques dan Sadosrky, 1995); Tanggung jawab sosial perusahaan dalam perspektif globalisasi (Schidheiny, 1992); Praktik pengungkapan sosial perusahaan di beberapa negara (Ince, Davult, 1997, Andrew et.al, 1989, Hacston et.al, 1986); Pelaporan akuntansi sosial perusahaan (Tsang dan Erick, 1998); dan Faktor-faktor yang mempengaruhi

pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan (Henriques dan Sadorsky, 1999).

Di negara Indonesia sendiri permasalahan akuntansi sosial dan tanggung jawab sosial perusahaan telah dibahas dan dianalisis oleh Bambang Sudibyo (1988); Arief Suadi (1988); Harahap (1988); Muslim Utomo (2000); Heny dan Murtanto (2001) serta beberapa peneliti lainnya. Secara khusus Bambang Sudibyo (1988) menyimpulkan bahwa terdapat dua hal yang menjadi kendala sulitnya penerapan akuntansi sosial di Indonesia yaitu (1) Lemahnya tekanan sosial yang menghendaki pertanggungjawaban sosial perusahaan dan (2) Rendahnya kesadaran perusahaan di Indonesia tentang pentingnya tanggungjawab sosial. Konsisten dengan Bambang Sudibyo (1998), Hasil penelitian Muslim Utomo (2000) mengemukakan bahwa perusahaan-perusahaan di Indonesia memanfaatkan laporan tahunan hanya sebagai laporan kepada *Debt holder* dan *shareholder*, hal ini dapat dibuktikan dari pengungkapan sosial yang dilakukan (lihat juga Heny dan Murtanto, 2001).

Sedemikian rendahnya kepedulian sosial perusahaan-perusahaan di Indonesia seperti yang dikemukakan oleh para peneliti diatas menjadi sebuah fenomena yang menarik untuk diamati secara komprehensif, dan tentunya untuk dapat mengetahui tentang pemahaman atas tanggung jawab sosial perusahaan-perusahaan di Indonesia perlu dilakukan sebuah penelitian empiris yang bertujuan untuk menjelaskan variabel-variabel yang mempengaruhi pentingnya tanggungjawab sosial perusahaan berdasarkan persepsi Manajemen perusahaan. Para Peneliti umumnya berlandaskan pada kerangka pemikiran konsep *stakeholder* misalnya penelitian Henrique dan Sadosrky (1999) yang telah menguji variabel Regulasi Pemerintah (*Goverment Regulation*), Tekanan masyarakat (*Community Pressure*), Tekanan media massa (*Mass Media Pressure*) dan Tekanan organisasi Lingkungan (*Environmnetal organization Pressure*) pada 750 perusahaan di negara Kanada sebagai perwujudan persepsi Manajemen perusahaan terhadap stakeholder. Penelitian lain dilakukan oleh Stead (1996) menambahkan variabel tekanan pelanggan (*customers pressure*), dan penelitian yang dilakukan oleh Turner dan Stephenson (1994) memasukkan pula variabel informasi lingkungan (*enviromental information*) sebagai kontribusi faktor yang mempengaruhi pentingnya tanggungjawab sosial perusahaan. Keseluruhan hasil penelitian tersebut menunjukkan pengaruh positif dan secara konsisten tentang varibel-variabel yang mempengaruhi pentingnya tanggungjawab sosial perusahaan.

Henrique dan Sadosrky (1999) merekomendasikan agar penelitian selanjutnya dilakukan pada perusahaan berskala kecil dan menengah karena penelitian yang telah dilakukan hanya menguji pada perusahaan berskala besar sehingga tidak memiliki kemampuan generalisasi pada perusahaan yang berskala kecil dan Menengah. Merujuk pada rekomendasi tersebut, penelitian ini sendiri menguji kembali kerangka pemikiran Henrique dan Sadosrky (1999) dengan tujuan untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi pentingnya tanggungjawab sosial perusahaan di Indonesia secara empiris di Kota Medan Propinsi Sumatera Utara. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada pengujian tipe perusahaan, dimana penelitian ini tidak membedakan tanggungjawab sosial berdasarkan tipe perusahaan yang ada (*Reactive, Defensive, Accomodative dan Proactive*), karena untuk mengidentifikasi tipe perusahaan tersebut memerlukan data yang ada pada laporan tahunan (*annual report*), sedangkan penelitian ini memiliki keterbatasan pada sumber data tersebut, mengingat perusahaan sampel hanya berdomisili di kota Medan dan sekitarnya yang operasional perusahaannya hanya berskala lokal dan regional, serta belum termasuk perusahaan go publik, sehingga tidak dapat diperoleh informasi laporan tahunan (*annual report*) yang dipublikasikan. Pengembangan Penelitian ini adalah menghubungkan pentingnya tanggungjawab perusahaan dengan pentingnya akuntansi social sebagaimana yang dikemukakan oleh Azizul (2001), Hendriksen (1998); Womee (2000)

Kota Medan dipilih sebagai lokasi penelitian dengan pertimbangan (*Judgment*) bahwa kota ini merupakan salah satu kota besar di Indonesia yang berada diluar Pulau Jawa, dimana fokus aktifitas perekonomian di kota ini adalah pada sektor perdagangan, jasa dan industri sehingga diasumsikan dapat memenuhi target untuk mendapatkan sampel penelitian yaitu antara 30 sampai 500 (Sekaran, 1992), disamping itu kota ini juga berada di kawasan pertumbuhan ekonomi kerjasama tiga negara yaitu IMT GT (*Indonesian, Malaysia, Thailand Growht Triangle*), sehingga hasil penelitian dapat memberikan kontribusi bagi perusahaan-perusahaan yang beroperasi di kota Medan untuk lebih memahami tentang pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan sebagai isu bisnis internasional terutama dalam menghadapi pasar bebas Asean (ASEAN Free Trade Area/ AFTA).

Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan Latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini adalah apakah Regulasi Pemerintah (*Government Regulation*), Tekanan masyarakat (*Community Pressure*), Tekanan organisasi Lingkungan (*Environmental organization Pressure*) dan Tekanan media massa (*Mass Media Pressure*) mempengaruhi Pentingnya Tanggungjawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility Importance*), dan bagaimana pula pengaruhnya terhadap pentingnya akuntansi social perusahaan. Tujuan Penelitian ini untuk menguji konsep stakeholder dengan isu utama tanggungjawab sosial perusahaan. yang dikaitkan pula dengan penyajian informasi social (akuntansi), sedangkan manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan penerapan praktik akuntansi sosial (*social accounting*) bagi perusahaan-perusahaan di Indonesia, sebab untuk implementasi akuntansi sosial terlebih dahulu harus dipahami tentang aspek-aspek yang mendasari tanggungjawab sosial perusahaan baik pada tatanan filosofis maupun konsep teoritisnya.

TELAAH LITERATUR

Pengertian Stakeholder

Freeman (1984) mendefinisikan stakeholder sebagai "*any group or individual Who can affect or is affected by the achievement of the organization's objectives*".

Berdasarkan definisi yang dikemukakan oleh Freeman diatas dapat dipahami bahwa stakeholder merupakan kelompok ataupun individu yang dapat mempengaruhi atau sangat berpengaruh terhadap pencapaian tujuan perusahaan, sehingga secara eksplisit dapat disimpulkan bahwa stakeholder dapat mempengaruhi kelangsungan hidup (*going concern*) perusahaan. Pendapat lain tentang stakeholder dikemukakan oleh Blair et.al (1991) yaitu : "*As group or individuals who have an interest in the actions of an organization and ability to influence it*". Pengertian yang dikemukakan oleh Blair et.al (1991) dapat diartikan bahwa stakeholder sebagai sebuah kelompok atau individu yang memiliki kepentingan dan dapat pula mempengaruhi jalannya operasional perusahaan. Jika dicermati secara substansial kedua pendapat diatas,

memiliki orientasi konsep yang sama yaitu menyangkut masalah kelangsungan hidup (going concern) perusahaan. Berbeda dengan perspektif teori keagenan (Agency theory) yang hanya berorientasi kepada maksimalisasi kepentingan masing-masing pihak (Prinsipil dan agen), stakeholder teori secara filosofis menghubungkan faktor-faktor eksternal yang sangat berhubungan erat dengan pencapaian tujuan perusahaan.

Ruang lingkup Stakeholder

Beberapa literatur menekankan 4 (empat) hal yang menjadi isu-isu krusial dalam ruang lingkup stakeholder saat ini (lihat Kelley, 1991; Kirby, 1988) dalam (Henriques dan Sadorsky, 1999). Keempat hal tersebut adalah ;

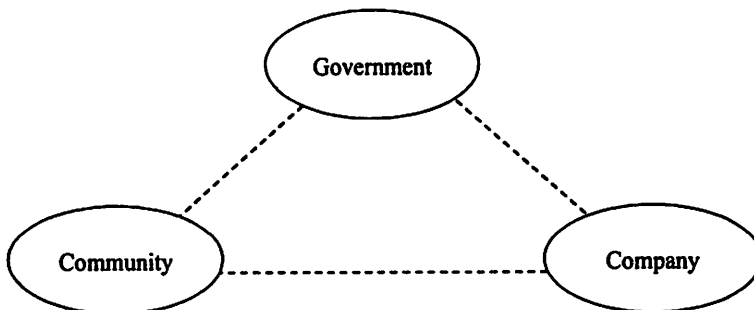
- 1) **Regulasi pemerintah (*Governmental Regulation*)**, yaitu peraturan-peraturan yang dikeluarkan pemerintah menjadi aspek penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Beberapa contoh yang termasuk dalam regulasi pemerintah ini adalah izin operasional perusahaan, analisis dan standar dampak lingkungan, peraturan tentang tenaga kerja / perburuhan dan lainnya. Coghill (1999) juga mengemukakan bahwa pemerintah sangat berperan dalam mengatur dunia usaha.
- 2) **Kelompok Masyarakat (*Community*)** Kelompok masyarakat menurut Kelly (1991); Coghill (1999) harus diperhatikan , karena kelompok masyarakat adalah elemen konsumen yang akan mengkonsumsi hasil produksi dari perusahaan. Kelompok lain yang dapat dikategorikan bagian dari masyarakat adalah institusi pendidikan yang selalu merespons secara kajian akademis jika terjadi sesuatu hal di dunia usaha terutama yang merugikan masyarakat umum demi kepentingan dan tujuan kelompok tertentu.
- 3) **Organisasi Lingkungan (*Environmental Organization*)**, menurut Freeman (1984) dewasa ini telah menjadi salah satu kekuatan kontrol sosial yang dapat mengawasi aktifitas perusahaan. Orientasi organisasi lingkungan secara umum adalah menghindari eksploitasi yang berlebihan terhadap lingkungan hidup demi kepentingan perusahaan (profit). Aktifitas organisasi lingkungan menurut Mitroff, (1995); Turcotte (1995) dalam (Henriques dan Sadorsky, 1999) dapat memobilisasi gerakan masyarakat dan opini terhadap aktifitas perusahaan, sehingga kepentingan organisasi tersebut jika tidak disikapi dengan bijaksana akan berbenturan dengan

kepentingan perusahaan.

- (4) Media Massa (*Massmedia*) dalam lingkungan bisnis saat ini memiliki peran yang sangat dominan dalam membentuk opini masyarakat terhadap suatu aktifitas perusahaan (William,1993). Menurut Moody (1995) media menyediakan informasi bagi perusahaan dan dapat pula sebagai alat publikasi dan sosialisasi yang digunakan oleh perusahaan untuk dapat membangun kepercayaan (image) publik tentang aktifitas-aktifitas sosial yang dijalankan perusahaan. Secara khusus perusahaan-perusahaan tidak pernah menghindari media massa jika terjadi informasi-informasi tentang aktifitas sosial dunia bisnis ,tetapi selalu menyikapi sebagai suatu bukti bahwa perusahaan mempersepsikan peran media memang sangat penting dalam dunia usaha. Freeman (1984) juga menyebutkan bahwa media dapat membentuk opini masyarakat terhadap perusahaan dan hal tersebut sangat berhubungan erat dengan kepentingan perusahaan, sehingga media juga salah satu kelompok yang menjadi stakeholder.

Coghil (1999) membuat suatu model tentang hubungan perusahaan dengan stake holder pada saat sekarang ini adalah meliputi :

Gambar 1
Ruang Lingkup Stakeholder



Sumber : Coghil (1999)

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Social Corporate Responsibility*)

Klasifikasi konseptual tanggungjawab social perusahaan dikemukakan oleh Carrol (1991); Wattrick dan Cohan (1985) dengan memberikan karakteristik tanggung jawab perusahaan yang didasarkan pada 4 (empat) tipe perusahaan yaitu :

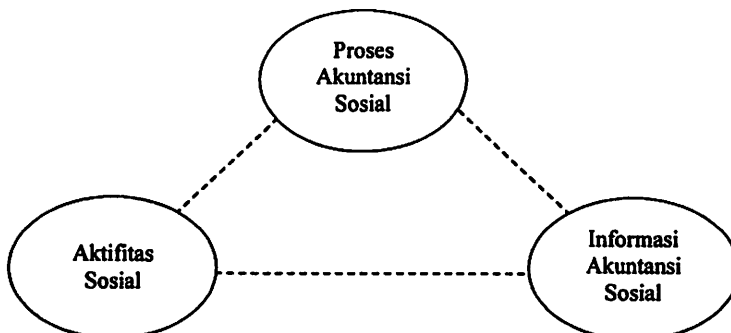
- 1) Tipe perusahaan Reaktif (*Reactive*) dengan karakteristik ;
 - a. Tidak adanya dukungan dari Manajemen
 - b. Manajemen merasa entitas social itu tidak penting
 - c. Tidak adanya laporan tentang lingkungan social perusahaan
 - d. Tidak adanya dukungan pelatihan tentang entitas social kepada karyawan
- 2) Tipe Perusahaan Defensif (*Defensive*) dengan karakteristik;
 - a. Isu lingkungan social hanya diperhatikan jika dipandang perlu
 - b. Sikap perusahaan tergantung pada kebijakan pemerintah tentang dampak lingkungan social yang harus dilaporkan
 - c. Sebagian kecil karyawan mendapat dukungan untuk mengikuti pelatihan tentang lingkungan social perusahaan
- 3) Tipe Perusahaan Akomodatif (*Accomodative*) dengan karakteristik;
 - a. Terdapatnya beberapa kebijakan Top Manajemen tentang lingkungan sosial
 - b. Kegiatan akuntansi social dilaporkan secara internal dan sebagian kecil secara eksternal
 - d. Terdapat beberapa karyawan mendapat dukungan untuk mengikuti pelatihan tentang lingkungan social perusahaan
- 4) Tipe Perusahaan Proaktif (*Proactive*) dengan karakteristik;
 - a. Top Manajemen mendukung sepenuhnya mengenai isu-isu lingkungan social perusahaan
 - b. Kegiatan akuntansi social dilaporkan baik secara internal maupun eksternal perusahaan
 - c. Karyawan memperoleh pelatihan secara berkesinambungan tentang akuntansi dan lingkungan social perusahaan

Peran Akuntansi Sosial

Menurut Hendriksen (1994), akuntansi sosial secara teoritis mensyaratkan perusahaan harus melihat lingkungan sosialnya antara lain masyarakat, konsumen, pekerja, pemerintah dan pihak lain yang dapat menjadi pendukung jalannya operasional karena pergeseran tanggungjawab perusahaan. Hal yang sama juga dikemukakan oleh Gramee (2000) yaitu "*Financial reports prepared by reporting entities are a major aspect of corporate governance and accountability*". Lebih jauh Wollin (1999) menyatakan; "*Firms must take a*

responsible approach in their business activities, cause of There is public dissatisfaction. implementation of theirs responsibilities should be exposed at financial information to external user". Berdasarkan beberapa pendapat para peneliti tersebut dapat dijelaskan bahwa untuk mendapatkan gambaran tentang akuntansi sosial perusahaan, entitas bisnis harus mampu mengakses lingkungan sosialnya, setelah itu untuk menindak lanjuti dan mengukur kepekaan tersebut perusahaan memerlukan informasi secara periodikal, sehingga informasi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi semua pihak (*Shareholders, stakeholders, debtholders*). Gambar 2 (dua) berikut ini dapat menjelaskan kerangka pemikiran bahwa akuntansi sosial dilaksanakan atas dasar aktifitas sosial yang dijalankan oleh suatu entitas bisnis, selanjutnya diproses berdasarkan prinsip, metode dan konsep akuntansi untuk diungkapkan bagi pihak - pihak yang berkepentingan, kemudian dari informasi yang dihasilkan pengguna informasi akan dapat menentukan kebijakan selanjutnya untuk aktifitas sosial dan kebijakan untuk lingkungan sosial entitas bisnis yang dijalankan. Situasi dan kondisi seperti yang telah diuraikan diatas menuntut suatu entitas bisnis untuk mampu mengakses kepentingan lingkungan sosialnya yang diikuti dengan pengungkapan dan pelaporan kepada pihak-pihak yang berkepentingan sehingga melahirkan sebuah laporan (*output*) yang mendeskripsikan segala aspek yang dapat mendukung kelangsungan hidup sebuah entitas. Disinilah peran akuntansi diharapkan dapat merespons lingkungan sosialnya sebagai perwujudan kepekaan dan kepedulian entitas bisnis terhadap lingkungan sosialnya.

Gambar 2
Siklus Akuntansi Sosial



Sumber : Azizul (2001) diadaptasi berdasarkan Hendriksen (2000)

Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang membahas tentang isu-isu pertanggungjawaban dan akuntansi sosial perusahaan terdiri dari Bambang Sudibyo (1988) yang menyimpulkan tentang rendahnya kesadaran perusahaan di Indonesia tentang pentingnya tanggungjawab social; Penelitian Andrew, et.al (1989) di Malaysia yang membuktikan bahwa Pengungkapan sosial perusahaan merupakan hal yang lazim dilakukan ; William (1993) di Amerika serikat dengan kesimpulan studi bahwa lingkungan sosial perusahaan penting untuk dipublikasikan di Media massa; Adam, et.al (1997) di 6 Negara Eropa : Prancis, Jerman, Swiss, Inggris dan Belanda dengan kesimpulan Perusahaan Besar lebih signifikan mengungkapkan akuntansi social dibandingkan dengan perusahaan kecil; Tsang dan Erick WK (1998) dinegara Singapura menemukan Pengungkapan sosial perusahaan merupakan hal yang lazim dilakukan; Penelitian Irene Henriques dan Sadorsky (1999) di negara Kanada yaitu Tanggung jawab sosial perusahaan menjadi perhatian penting bagi perusahaan; Coghill (1999) di Australia dengan hasil studi Pemerintah dan masyarakat memiliki interaksi yang signifikan terhadap aktifitas perusahaan; Penelitian Muslim Utomo (2000) di Indonesia yaitu Praktik pengungkapan Sosial perusahaan masih sangat rendah dengan tiga tema pengungkapan; Heny dan Murtano (2000) juga di Indonesia yaitu praktik pengungkapan sosial perusahaan di BEJ masih sangat rendah dengan enam tema pengungkapan. Kemudian penelitian Pradeep Kanta Ray (2001) di India yang menemukan Peraturan pemerintah tentang pengelolaan perusahaan yang memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan memiliki dampak terhadap kinerja perusahaan

PENGEMBANGAN HIPOTESIS DAN KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS

Regulasi Pemerintahan (*Government Regulation*)

Menurut Coghill (1999) Regulasi pemerintah dapat dipahami sebagai bagian yang tidak dapat dipisahkan dari lingkungan perusahaan, sebab sebagai badan pembuat peraturan (*Regulator Body*) pemerintah memiliki peran signifikan terhadap kebijakan yang dibuat oleh perusahaan terhadap lingkungan eksternalnya. Sejalan dengan Coghill (1999), Henriques dan Sadorsky (1999)

juga merekomendasikan bahwa Regulasi pemerintah memiliki pengaruh terhadap tentang pentingnya Tanggungjawab sosial perusahaan. Peran pemerintah menjadi penting karena pemerintahan juga merupakan bagian salah satu komponen stakeholder perusahaan (Freeman,1984). Di Indonesia sendiri kebijakan pemerintah yang mewajibkan BUMN mengalokasikan sebahagian labanya untuk pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) dan Peraturan Departemen kesehatan melalui Badan Pengawasan Obat dan makanan (POM) untuk menguji produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat dijadikan contoh dari peran pemerintah sebagai stakeholder yang harus dipatuhi oleh perusahaan. Berdasarkan beberapa referensi empiris yang diuraikan diatas maka hipotesis 1 (satu) dinyatakan :

H_1 = *Regulasi Pemerintah (Government Regulation) berpengaruh secara positif terhadap Pentingnya Tanggung jawab sosial perusahaan*

Tekanan Masyarakat (Community Pressure)

Tekanan masyarakat juga saat ini sangat memiliki peran penting bagi kelangsungan hidup perusahaan (Coghill,1999). Menurut Blair (1991) Masyarakat baik secara individu maupun kelompok dapat mempengaruhi arah dan kebijakan sebuah organisasi perusahaan. Henriques dan Sadorsky (1999) juga merekomendasikan bahwa Tekanan masyarakat memiliki pengaruh terhadap tentang pentingnya Tanggungjawab sosial perusahaan. Peran masyarakat menjadi penting karena juga merupakan bagian salah satu komponen stakeholder perusahaan (Freeman,1984). Di Indonesia peran masyarakat yang diwakili oleh organisasi masyarakat seperti Majelis Ulama Indonesia yang mengatur tentang sertifikasi halal untuk menguji produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat dijadikan contoh dari peran masyarakat sebagai stakeholder yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Contoh kasus lain adalah seperti ditolaknya kegiatan PT.Inti Indorayon Utama di Porsea, Sumut oleh masyarakat yang berada dilokasi perusahaan juga sebagai bukti demikian pentingnya pengaruh masyarakat disekitar perusahaan, dengan demikian entitas bisnis harus tetap memperhatikan entitas sosialnya (Azizul, 2001). Berdasarkan beberapa referensi empiris yang diuraikan diatas maka hipotesis 2 (dua) dinyatakan :

H_2 = *Tekanan Masyarakat (Community Pressure) berpengaruh secara positif terhadap Pentingnya Tanggung jawab sosial perusahaan*

Tekanan Organisasi Lingkungan (*Environmental Organization Pressure*)

Hunt dan Auster (1990) menyatakan organisasi lingkungan memiliki peran sebagai wadah kontrol sosial yang fokus terhadap pembangunan berkelanjutan yang memperhatikan aspek-aspek lingkungan hidup. Selanjutnya Romee (1992) menonoti pentingnya dunia bisnis memperhatikan isu-isu lingkungan hidup dan sumberdaya alam sebagai media untuk menjalankan fungsi-fungsi lingkungan yang ada pada perusahaan. Henriques dan Sadorsky (1999) juga merekomendasikan bahwa Tekanan organisasi lingkungan memiliki pengaruh terhadap tentang pentingnya Tanggungjawab sosial perusahaan. Tekanan organisasi lingkungan menjadi penting karena juga merupakan bagian salah satu komponen stakeholder perusahaan (Freeman, 1984). Pada dunia Internasional dikenal organisasi lingkungan hidup *Greenpeace* yang sangat fokus terhadap isu-isu lingkungan, sedangkan keberadaan organisasi lingkungan hidup di Indonesia dikenal dengan organisasi LSM (lembaga Swadaya masayakat) lingkungan hidup. Sebuah contoh kasus aktifitas LSM lingkungan di Indonesia adalah investigasi yang dilakukan oleh WALHI atas pencemaran sungai di propinsi Riau yang berasal dari pembuangan limbah perusahaan yang mengakibatkan ribuan ekor ikan mati dan rusaknya habitat dimuara sungai. Temuan-temuan LSM lingkungan tersebut tentunya akan ditindaklanjuti oleh perusahaan sehingga perusahaan akan melihat sedemikian pentingnya peran organisasi lingkungan pada saat ini. Dengan demikian dapat dipahami bahwa Tekanan organisasi lingkungan menjadi salah satu faktor penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Berdasarkan beberapa referensi empiris yang diuraikan diatas maka hipotesis 3 (tiga) dinyatakan :

H_3 = Tekanan Organisasi lingkungan (*Environmental Organization Pressure*)
berpengaruh secara positif terhadap pentingnya tanggung jawab
sosial perusahaan

Tekanan Media massa (*Mass media Pressure*)

William (1993) menyatakan perusahaan sangat berkepentingan dengan pihak mediamassa (pers), hal ini dapat dipahami karena media dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap perusahaan. Selanjutnya Romee (Mitroff, et.al 1989; Moddy, 1995) menyoroti tentang peran media massa sebagai alat publikasi kebijakan-kebijakan perusahaan yang menyangkut isu-isu sosial dan lingkungan. Henriques dan Sadorsky (1999) juga merekomendasikan bahwa

Tekanan media massas memiliki pengaruh terhadap tentang pentingnya Tanggungjawab sosial perusahaan. Media massa menjadi penting karena juga merupakan bagian salah satu komponen stakeholder perusahaan (Freeman, 1984). Pada era teknologi informasi dewasa ini media massa dapat menggunakan berbagai media dalam aktifitasnya sehingga perusahaan juga harus respon terhadap perkembangan teknologi dan media tersebut (Shiravasta dan Siomkos, 1989). Dengan demikian dapat dipahami bahwa Tekanan Mediamassa menjadi salah satu faktor penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Berdasarkan beberapa referensi empiris yang diuraikan diatas maka hipotesis 4 (empat) dinyatakan :

H_4 = Tekanan Media Massa (*Mass media Pressure*) berpengaruh secara positif terhadap Pentingnya Tanggung jawab sosial perusahaan

Pentingnya Akuntansi Sosial (*Sosial AccoutingImportance*)

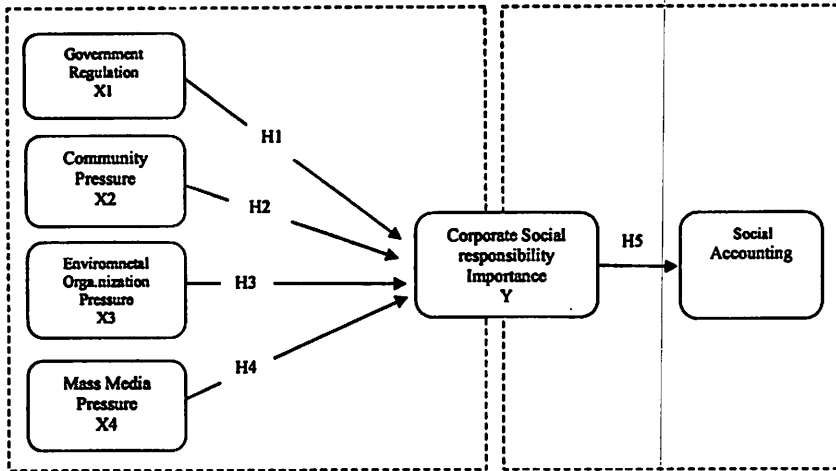
Menurut Hendriksen (1994), akuntansi sosial mensyaratkan perusahaan harus melihat lingkungan sosialnya. Gramme (2000) menemukan bukti pentingnya pelaporan social karena adanya tanggung jawab social perusahaan. Adam et.al (1997) menunjukkan bahwa praktik pengungkapan sosial merupakan hal yang lazim dalam laporan tahunan perusahaan. Dengan demikian dapat dipahami bahwa Tanggung jawab social menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi perusahaan melaksanakan akuntansi sosialnya. Berdasarkan beberapa referensi empiris yang diuraikan diatas maka hipotesis 5 (lima) dinyatakan :

H_5 = Pentingnya Tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh secara positif terhadap pentingnya akuntansi sosial

Kerangka Pemikiran Teoritis

Setelah pengembangan hipotesis penelitian, hubungan-hubungan antara Variabel penelitian tersebut secara kerangka konseptual dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 3.
Kerangka Pemikiran Teoritis



Sumber : Dimodifikasi dan diadaptasikan dari Henriques dan Saborisky (1999)

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi, Sampel dan Teknik Pengumpulan data

Populasi penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang beroperasi di kota Medan propinsi Sumatera Utara, jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui, karena tidak tersedianya data secara pasti tentang jumlah perusahaan yang masih beroperasi berdasarkan data pada indeks perusahaan kota Medan yang diterbitkan oleh Badan Pusat Statistik tahun 2000. Desain sampel adalah metode sampel tidak acak (*non probability sampling*). Menurut Sekaran (1992), metode ini lebih tepat digunakan jika jumlah populasi tidak diketahui atau tidak dapat ditentukan terlebih dahulu. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik kemudahan (*convenience sampling*) yaitu dengan cara mengumpulkan data sampel dari suatu sumber atau informasi yang tersedia tanpa memperhatikan karakteristik sampel (Sekaran, 1992). Pengumpulan data dilakukan dengan metode *multiple phase (multi staged)* yaitu dengan melakukan beberapa usaha untuk meningkatkan *response rate* (Cooper dan Emory, 1999). Tahap pertama sebanyak 300 kuesioner didistribusikan melalui jasa pos (*mail survey*), tahap kedua sebanyak 31 perusahaan dihubungi melalui telepon dan kontak person untuk dimintakan jawaban atas kuesioner yang diberikan.

Definisi Operasional dan Skala Pengukuran Variabel

Keseluruhan variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dijelaskan :

Tabel 1
Definisi Operasional dan Skala Pengukuran Variabel

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator Pengukuran variabel	Skala pengukuran
01.	Y: Pentingnya Tanggung Jawab Sosial perusahaan	Persepsi Pimpinan perusahaan tentang perlu atau tidaknya tanggungjawab sosial perusahaan yang diwujudkan dengan dibentuknya komite lingkungan sosial perusahaan dan program serta komitmen perusahaan terhadap pos-pos sosial	a. Perencanaan, Komite dan Program dan Tanggung jawab sosial Perusahaan b. Adanya penyampaian Program Tanggungjawab sosial kepada Shareholder c. Adanya penyampaian Program Tanggungjawab sosial perusahaan kepada karyawan dan stakeholder lainnya ; pemerintah dan masyarakat d. Frekuensi Penyampaian tanggungjawab sosial kepada shareholders dan stake holder perusahaan	Instrumen dimodifikasi dan diadaptasikan dari item-item pertanyaan Henriques dan Sadosky (1999) dengan skala <i>Likert</i> skor 1s/d 5, sangat tidak setuju s/d sangat setuju.
02.	X ₁ : Regulasi Pemerintah	Peraturan-peraturan yang mengatur tentang tanggungjawab sosial perusahaan yang dikeluarkan oleh Pemerintah baik pusat maupun daerah	a. Tanggapan atas peraturan pemerintah tentang lingkungan sosial perusahaan b. Dukungan terhadap program-program pemerintah c. Kepatuhan dan penerapan aturan-aturan pemerintah d. Frekuensi pelaporan kepada instansi pemerintah	Sda
03.	X ₂ : Tekanan Masyarakat	Perhatian perusahaan terhadap informasi-informasi yang disampaikan oleh masyarakat	a. Tanggapan perusahaan atas masukan dari masyarakat b. Dukungan perusahaan terhadap kegiatan sosial kemasyarakatan c. Kebijakan Manajemen terhadap lingkungan sosial perusahaan d. Frekuensi aktifitas sosial perusahaan	Sda
04.	X ₃ : Tekanan Organisasi Lingkungan	Perhatian perusahaan terhadap aktifitas organisasi lingkungan (LSM lingkungan)	a. Tanggapan perusahaan tentang organisasi lingkungan b. Dukungan perusahaan terhadap aktifitas organisasi lingkungan c. Sikap perusahaan terhadap masukan dari organisasi lingkungan d. Frekuensi perusahaan menerima audiensi organisasi lingkungan	Sda
05.	X ₄ : Tekanan Media Massa	Perhatian perusahaan terhadap Media massa yang menginformasikan aktifitas perusahaan	a. Tanggapan perusahaan terhadap tekanan media massa atas aktifitas perusahaan b. Jenis Media Massa yang menjadi fokus utama perusahaan c. Tanggapan Perusahaan secara umum atas informasi Media massa tentang tanggung jawab sosial perusahaan d. Frekuensi penggunaan media massa sebagai media publikasi kebijakan akuntansi sosial perusahaan	Sda
06.	X ₅	Pentingnya Akuntansi Sosial	a. Pemahaman pimpinan perusahaan terhadap konsep i sosial b. Pengakuan dan pengukuran akuntansi sosial c. Penerapan akuntansi sosial d. Pelaporan dan publikasi akuntansi sosial kepada stakeholder	Instrumen dikembangkan Penelitian (2001)

Sumber : Dimodifikasi dan adaptasikan untuk konteks Indonesia dari Henriques dan Sadosky (1999)

METODE ANALISIS DATA

Uji Kualitas data dan Asumsi Klasik

Pengujian kualitas data dilakukan melalui uji reliabilitas dan validitas untuk mengetahui konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan dari penggunaan instrumen (Hair,1998). Pengujian ini dilakukan dengan menghitung koefisien *Cronbach alpha* dari masing-masing instrumen dalam satu variabel. Instrumen dapat dikatakan handal (*Reliabel*) bila memiliki koefisien *cronbach alpha* lebih dari 0,60 (Nunally,1978 dalam Imam Ghozali, 2001), dan *Cronbach alpha* yang semakin mendekati 1, semakin tinggi konsistensi internal reliabilitasnya (Sekaran, 1992). Uji validitas konten (*Content validity*) dilakukan dengan menghitung korelasi (*pearson correlation*) antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor pertanyaan. Hasil yang di syaratkan adalah harus terdapat korelasi yang signifikan antara masing-masing item indikator dengan total nilai indikator, sehingga dapat disimpulkan bahwa masing-masing pertanyaan adalah valid (Hair, 1998,Imam Ghozali,2001). Penelitian ini juga menguji asumsi klasik yang melekat pada persamaan model regresi sehingga data-data yang digunakan dalam pengujian hipotesis bebas dari asumsi klasik (Gujarati,1995; Hair, 1998; Sekaran,1992).

Uji Hipotesis

Untuk pengujian keseluruhan Hipotesis, penelitian ini menggunakan dua Model Regresi (*Two Regresion Model*) yaitu analisis Regresi berganda (*Multiple regression*) dan Regresi pangkat kuadrat terkecil (*Ordinary Least Square*), (Gujarati,1995; Hair,1998). Model persamaan regresi untuk pengujian Hipotesis 1, 2,3 dan 4 dapat diuraikan sebagai berikut :

$$Y_1 = a + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + \beta_4 x_4 + e \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan :

a : Constanta

β : Koefisien Regresi

Y_1 : Pentingnya Tanggungjawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility Importance*)

x_1 : Regulasi Pemerintah (*Government Regulation*)

x_2 : Tekanan masyarakat (*Community Pressure*)

- x_3 : Tekanan organisasi Lingkungan (*Environmnetal organization Pressure*)
 x_4 : Tekanan media massa (*Mass Media Pressure*)

Untuk Hipotesis 5 persamaan Model Regresi OLS (*Ordinary Least Square*), yaitu:

$$Y_2 = a + \beta_5 x_5 + e \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan:

- a : Constanta
 β : Koefisien Regresi
 Y_2 : Pentingnya Akuntansi Sosial (*Social Accounting Importance*)
 X_5 : Pentingnya Tanggung jawab Sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility Importance*)

Pengujian Hipotesis diuraikan sebagai berikut:

- a. Uji Parsial (*Koefisien regresi*) atau disebut dengan uji t, yaitu untuk menguji signifikansi konstanta dan variabel independen yang terdapat dalam persamaan tersebut secara individu apakah berpengaruh terhadap nilai variabel dependen. (Gujarati,1995; Hair, 1998;Algifari,1997;Imam Ghozali,2001; Singgih santoso,2001). Untuk pengujian ini dilakukan dengan melihat probabilitas uji parsial pada tabel *coeficient Significant* pada output tabel Anova yang dihasilkan dengan bantuan program aplikasi SPSS dimana: Jika nilai Probabilitas (*p value*) < 0,05, maka Hipotesis nol ditolak sebaliknya Hipotesis alternatif yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima, (koefisien regresi signifikan) pada tingkat signifikansi 5 % (lima persen).
- b. Pengujian terhadap pengaruh variabel independen secara bersama (*simultan*), dilakukan uji F, yaitu untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama dapat berpengaruh terhadap variabel dependen (Gujarati,1995; Algifari,1997;Hair,1998;Mason,2000; Imam Ghozali,2001; Singgih santoso,2001). Untuk pengujiannya dilihat dari nilai probabilitas (*p value*) yang terdapat pada tabel *Anova* nilai F dari data hasil olahan (*output*) program aplikasi SPSS, dimana jika Probabilitas (*p value*) < 0.05, maka secara simultan keseluruhan variabel independen memiliki pengaruh secara bersama-sama, pada tingkat signifikansi 5 % (lima persen).

ANALISIS HASIL PENELITIAN

Data demografi dan Statistik Deskriptif

Adapun profil responden penelitian ini mencakup latar belakang pendidikan responden dengan rincian 12 orang berpendidikan SLTA atau sekitar 22,64%; 6 orang D3 atau sekitar 11,32%; 33 orang S1 atau sekitar 62,26%; dan 2 Orang S2 atau sekitar 3,78 %. Berdasarkan jenis kelamin responden diketahui 49 orang laki-laki atau sekitar 92,45 % dan 4 orang wanita atau sekitar 7,55 %, Berdasarkan pengalaman kerja 21 atau sekitar 38 % telah bekerja 1 s/d 5 tahun; 20 orang atau sekitar 37,03 telah bekerja antara 5 s/d 10 tahun dan 13 orang atau sekitar 24,97 % telah bekerja diatas 10 tahun. Informasi demografi perusahaan yaitu terdiri dari 7 perusahaan yang berumur dibawah 5 tahun atau sekitar 13,20 %, kemudian 31 perusahaan berumur antara 6 s/d 10 tahun atau sekitar 58,49 % dan 15 perusahaan berumur diatas 11 tahun atau sekitar 28,31 %. Berdasarkan bidang usaha yang dijalankan perusahaan terdiri dari 7 perusahaan manufaktur atau sekitar 12,96 %; 37 perusahaan dagang atau sekitar 68,51 % dan 10 Perusahaan jasa atau sekitar 18,53 %.

Kuesioner mulai didistribusikan sejak tanggal 27 Pebruari 2002 dengan batas waktu pengembalian 27 April 2002 yaitu selama 60 hari, kemudian waktu pengembalian diperpanjang hingga 18 Mei 2002. Adapun jumlah kuesioner yang didistribusikan sebanyak 300 eksemplar melalui jasa pos dan penghubung (*contact Person*), Jumlah kuesioner yang kembali 67, tetapi kuesioner yang lengkap dan dapat diolah hanya 54 sehingga tingkat pengembalian responden (*response rate*) hanya sebesar 18 %. Rincian tentang distribusi dan pengembalian kuesioner dijelaskan pada tabel berikut ini.

Tabel 2.
Ikhtisar Distribusi dan Pengembalian Kuesioner

NO	Keterangan	Jumlah Kuesioner	Persentase
01.	Distribusi kuesioner	300	100 %
02.	Kuesioner tidak kembali	233	77,67 %
03.	Kuesioner kembali	67	22,33 %
04.	Kuesioner tidak lengkap	13	-
05.	Kuesioner bisa diolah	54	18 %
n sampel : 54			
Response Rate : 18 %			

Sumber : Data Primer diolah, 2002

Statistik deskriptif yang menjelaskan demografi perusahaan berdasarkan nilai absolut mean, standar deviasi, nilai minimum, nilai maksimum atas umur perusahaan yang mengikhtisarkan bahwa rata-rata (*mean*) umur perusahaan yang menjadi sampel penelitian adalah 7,3618, nilai minimum 4 tahun menjelaskan nilai terendah berdirinya perusahaan dan maksimum 26 tahun menggambarkan nilai tertinggi umur berdirinya perusahaan. Sedangkan untuk bidang usaha perusahaan diketahui nilai mean 2.4973 yang menunjukkan rata-rata perusahaan sampel adalah beroperasi pada sektor perdagangan Untuk lebih jelasnya, statistik deskriptif demografi perusahaan diuraikan pada tabel 3 berikut ini:

Tabel 3.
Statistik Deskriptif Demografi Perusahaan

DEMOGRAFI	MEAN	STANDAR DEVIASI	MINIMUM	MAKSIMUM
Umur Perusahaan	7.3618	2.7406	4	26
Bidang Usaha	2.4973	1.3061	1	3

Sumber : Data Primer diolah, 2002

Variabel Pentingnya Tanggungjawab sosial perusahaan memiliki nilai mean 17,581 dan dengan skor jawaban berkisar antara 15 hingga 20 yaitu berkisar cukup tinggi hingga mencapai nilai kisaran teoritis yaitu angka 20 dengan standar deviasi 1.5154 yang menggambarkan tanggung jawab sosial dianggap sebagai hal yang lazim oleh perusahaan dalam aktifitas bisnisnya. Variabel Regulasi pemerintah memiliki nilai mean 16.790 dengan skor jawaban responden berkisar antara 14 sampai dengan 19, dan standar deviasi 1.6458, ini menunjukkan responden juga menjawab cukup tinggi tentang regulasi pemerintah.

Variabel Tekanan Masyarakat memiliki nilai mean 17.016 dengan skor jawaban responden berkisar antara 12 sampai dengan 20, dan standar deviasi 1.8947, ini menunjukkan responden juga menjawab cukup tinggi tentang Tekanan Masyarakat. Variabel Tekanan organisasi lingkungan memiliki nilai mean 17,592 dengan kisaran skor jawaban responden untuk variabel Tekanan organisasi lingkungan antara 12 sampai dengan 19 dengan standar deviasi 1.8876 menggambarkan bahwa responden menjawab lebih rendah tentang Tekanan Organisasi lingkungan, jika dibandingkan dengan variabel Regulasi Pemerintah, dan Tekanan masyarakat sehingga dapat disimpulkan pengguna lebih moderat mempersepsikan Tekanan organisasi lingkungan atas pentingnya

Tanggungjawab sosial masyarakat Perusahaan, Variabel Tekanan Media massa memiliki nilai mean 17.321 dengan skor jawaban responden berkisar antara 14 sampai dengan 20, dan standar deviasi 1.5463, ini menunjukkan responden juga menjawab cukup moderat tentang Tekanan Media massa dan terakhir Pentingnya akuntansi sosial memiliki nilai mean 17.332 dengan skor jawaban responden berkisar antara 15 sampai dengan 20, dan standar deviasi 1.4446, ini menunjukkan responden juga menjawab cukup moderat tentang Pentingnya akuntansi sosial. Uraian lebih rinci mengenai statistik deskriptif variabel-variabel penelitian yang digunakan untuk pengujian hipotesis diikhtisarkan pada Tabel 4 berikut ini :

Tabel 4.
Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

VARIABEL	MEAN	STANDAR DEVIASI	KISARAN TEORITIS	KISARAN AKTUAL
Pentingnya Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	17.581	1.5154	4 - 20	15 - 20
Regulasi pemerintah	16.790	1.6458	4 - 20	14 - 19
Tekanan Masyarakat	17.016	1.8942	4 - 20	15 - 20
Tekanan Organisasi Lingkungan	17.592	1.8876	4 - 20	12 - 19
Tekanan Media Massa	17.321	1.5463	4 - 20	14 - 20
Pentingnya Akuntansi Sosial	17.332	1.4446	4 - 20	15 - 20

Sumber : Data Primer diolah, 2002

Uji Kualitas Data dan Asumsi Klasik

Hair et al (1998) menjelaskan bahwa kualitas data yang dihasilkan dari penggunaan instrumen penelitian dapat dianalisis menggunakan pengujian reliabilitas dan validitas. Tabel 5 menguraikan tentang pengujian reliabilitas Instrumen dengan nilai *Cronbach Alpha* dengan masing-masing 4 item pertanyaan terdiri dari Variabel Pentingnya Tanggung jawab sosial perusahaan 0,743, Regulasi Pemerintah 0,7249, Variabel Tekanan Masyarakat, dan Tekanan organisasi lingkungan 0,7613, serta Variabel Tekanan Media massa adalah 0,6946. Kemudian secara keseluruhan nilai *Cronbach alpha* dengan 20 item pertanyaan (pool) adalah 0,7024 (Lampiran 1), sehingga nilai dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini diatas 0,60 yang mengisyaratkan bahwa data yang dikumpulkan dengan menggunakan instrumen tersebut reliable, sesuai kaidah nilai *cronbach alpha* yang ditetapkan oleh Nunally (1978) dalam Imam Ghazali (2001), yaitu data yang reliable nilai

cronbach alphanya harus diatas 0.60.

Pengujian Validitas data yang menjelaskan tentang validitas instrumen atas beberapa pertanyaan variabel Pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan dengan jumlah item 4 pertanyaan Q1 Valid *pearson corelation* 0.506, Q2 Tidak Valid *pearson corelation* 0.107, Q3 Valid *pearson corelation* 0.684, Q4 Valid *pearson corelation* 0.677. Untuk pertanyaan Regulasi Pemerintah dari 4 item pertanyaan, maka untuk pertanyaan Q5 valid dengan *pearson corelation* 0.507, pertanyaan Q6 valid dengan *pearson corelation* 0.364, pertanyaan Q7 tidak valid dengan *pearson corelation* 0.122, dan pertanyaan Q8 valid dengan *pearson corelation* 0.627. Untuk instrumen Tekanan Masyarakat 4 item pertanyaan yang diajukan, maka untuk pertanyaan Q9 valid dengan *pearson corelation* 0.634, pertanyaan Q10 valid dengan *pearson corelation* 0.842, pertanyaan Q11 valid dengan *pearson corelation* 0.810, dan pertanyaan Q12 valid dengan *pearson corelation* 0.751.

Untuk hasil pengujian validitas pertanyaan Tekanan Organsiasi Lingkungan dari 4 item pertanyaan, maka untuk pertanyaan Q9 valid dengan *pearson corelation* 0.811, pertanyaan Q13 valid dengan *pearson corelation* 0.632, pertanyaan Q14 valid dengan *pearson corelation* 0.839, dan pertanyaan Q15 valid dan Q16 dengan *pearson corelation* 0.751. Untuk hasil pengujian validitas pertanyaan Tekanan Media Massa dari 4 item pertanyaan, maka untuk pertanyaan Q17 valid dengan *pearson corelation* 0.711, pertanyaan Q18 valid dengan *pearson corelation* 0.732, pertanyaan Q19 valid dengan *pearson corelation* 0.669, dan pertanyaan Q20 dengan *pearson corelation* 0.732 Untuk hasil pengujian validitas pertanyaan Tekanan Media Massa dari 4 item pertanyaan, maka untuk pertanyaan Q21 valid dengan *pearson corelation* 0.611, pertanyaan Q22 valid dengan *pearson corelation* 0.7921, pertanyaan Q23 valid dengan *pearson corelation* 0.669, dan pertanyaan Q24 dengan *pearson corelation* 0.732 (Lebih jelas lihat lampiran 1). Tabel.5 menjelaskan bahwa data penelitian ini bebas dari asumsi multikolinearitas terbukti dengan koefisien korelasi yang rendah berkisar antara 0.252 hingga 0.0825 masih dibawah nilai yang mengisyaratkan terdapatnya multikolinieritas dalam persamaan regresi yaitu mendekati 1.0 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) yang terdapat dalam persamaan regresi penelitian ini adalah 1.007 berarti tidak lebih besar dari nilai yang disyaratkan yaitu 10 (Gujarati,1995; Hair et al, 1998). Untuk lebih jelasnya hasil uji multikolinieritas model regresi, diikhtisarkan pada Tabel 5.

Untuk mendeteksi adanya auto korelasi, dilihat pada nilai *Durbin Watson* dari persamaan regresi, yaitu nilai DW harus berada diluar nilai batas atas (*du*)

dan batas bawah (*dl*) (Gujarati, 1995; Hair, 1998). Tabel 9 menggambarkan bahwa data penelitian ini bebas dari autokorelasi dengan melihat nilai DW estimasi sebesar 1.989. Adapaun syarat batas *dl* – *du* diuji pada tingkat signifikan 5 %, jumlah sampel 50 – 55, dan jumlah variabel bebas 4 (Gujarati, 1995) ditemukan nilai batas atas *dl* = 1,60 dan batas bawah *du* = 1,70. Nilai DW estimasi dari model regresi penelitian ini adalah 1.975 yang tidak berada antara batas atas *dl* = 1,60 – batas bawah *du* = 1,70 maka memberikan bukti bahwa penelitian ini bebas dari Autokorelasi (lampiran 2).

Tabel 5
Hasil Uji Multikolinearitas

VARIABEL	Regulasi	Community	Organi zation	Mass Media
<i>Regulasi pemerintah</i>	1.000	0.252	0.082	0.184
<i>Tekanan Masyarakat</i>	0.252	1.000	0.651	0.430
<i>Tekanan Organisasi Lingkungan</i>	0.082	0.651	1.000	0.211
<i>Tekanan Media massa</i>	0.184	0.430	0.211	1.000

Nilai VIF 1.007

Sumber : Data Primer diolah, 2002

Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dilakukan dengan dengan uji *Gletsjer* seperti yang disarankan oleh Gujarati (1995) yaitu dengan melakukan regresi antara nilai residual sebagai variabel dependen dengan variable independen model regresi yang diajukan, dan untuk menentukan persamaan regresi bebas hetero maka hasil regresi tersebut harus tidak signifikan. Hasil uji *Gletsjer* yang dijelaskan dalam Tabel 6 menunjukkan bahwa variabel penelitian ini bebas heterokedastisitas dibuktikan dengan tidak terdapatnya variabel bebas yang signifikan pada tingkat 5 %, setelah dilakukan regresi dengan nilai residual seperti yang disarankan oleh Gujarati (1995) .

Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis satu menyatakan bahwa Regulasi pemerintah (X_1) memiliki pengaruh secara positif terhadap Pentingnya tanggungjawab sosial perusahaan, setelah dilakukan pengujian hipotesis dengan uji *t* pada tingkat signifikansi 5

%, probabilitas signifikan ($p < 0.05$), Hipotesis satu dapat diterima dengan nilai probabilitas 0.0018 dan nilai koefisien regresi 0.280. Hipotesis dua menyatakan Tekanan Masyarakat (X_2) berpengaruh secara positif terhadap pentingnya tanggungjawab sosial, setelah dilakukan pengujian statistik maka Hipotesis 2 diterima dengan nilai probabilitas 0.0051 dan nilai koefisien regresi 0.207. Hipotesis 3 menyatakan Tekanan organisasi lingkungan (X_3) berpengaruh secara positif terhadap pentingnya tanggungjawab sosial, setelah dilakukan pengujian maka hipotesis 3 diterima.dengan nilai probabilitas 0.0037 dengan koefisien regresi 0.125 dan Hipotesis 4 menyatakan bahwa Tekanan media massa (X_4) berpengaruh secara positif terhadap pentingnya tanggungjawab sosial, setelah dilakukan pengujian maka hipotesis 4 diterima.dengan nilai probabilitas 0.0017 dan koefisien regresi 0.115 (lebih detil lihat lampiran 1).

Tabel 6
Hasil Uji Heterokedstatisitas

Model pengujian	Nilai Signifikan
$RESIDUAL = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + e$	1,000 (tidak Signifikan)

Sumber : Data Primer diolah, 2002

Kemudian secara simultan dilakukan dengan uji *F* pada tingkat signifikansi 5%, probabilitas signifikan ($p < 0.05$), sebagaimana yang diikhtisarkan pada Tabel 10, maka terbukti bahwa probabilitas keempat variabel independen secara simultan adalah 0.010 masih < 0.05 . Berarti seluruh variabel independen yaitu Regulasi pemerintah (X_1), Tekanan Masyarakat (X_2), Tekanan organisasi lingkungan (X_3) dan Tekanan Media massa (X_4) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara positif terhadap Pentingnya tanggungjawab sosial perusahaan. Secara lengkap Tabel 7 mengikhtisarkan hasil pengujian Hipotesis 1,2,3 dan 4 yang diajukan dalam penelitian ini.

Model persamaan satu (Regresi Berganda) dari hasil pengujian hipotesis 1,2,3 dan 4 menunjukkan koefisien regresi sebagai berikut :

$$Y = 10.711 + 0.280 X_1 + 0.207 X_2 + 0.125 X_3 + 0.115 X_4 + e \dots\dots\dots(2)$$

Koefisien regresi 0.280 dari variabel Regulasi pemerintah, 0.207 dari

variabel Tekanan Masyarakat, 0.125 dari variabel Tekanan organisasi lingkungan dan 0.115 dari Tekanan Media massa menjelaskan bahwa variasi persepsi Manajer atas pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan dapat dijelaskan oleh variasi Regulasi pemerintah sebesar 28,0 %, Tekanan masyarakat 20,7 %, Tekanan organisasi lingkungan sebesar 12,5 % dan Tekanan media massa 11,5,5 %, sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang bersifat tetap (*constant*). Nilai *R Square* yang terdapat pada tabel 10 sebesar 0.1147 menunjukkan determinasi dari empat variabel independen sebagai prediktor terhadap variabel independen adalah sebesar 11,47 %, model ini masih belum kuat sebagai model prediksi yang baik (*Bestfit model*), karena hanya mampu menjelaskan kuatnya pengaruh sebesar 11,47 % dan sisanya sebesar 88,53,4 % dapat diprediksi oleh faktor-faktor yang lain.

Hipotesis lima diuji dengan persamaan regresi yang kedua dengan analisis *OLS Regresison* menyatakan bahwa Pentingnya tanggungjawab social perusahaan (X_5) memiliki pengaruh secara positif terhadap Pentingnya akuntansi sosial perusahaan, setelah dilakukan pengujian hipotesis dengan *uji t* pada tingkat signifikansi 5 %, probabilitas signifikan ($p < 0.05$), Hipotesis lima juga dapat diterima dengan nilai probabilitas 0.000 dan nilai koefisien regresi 0.4880. Model persamaan dua (Regresi OLS) dari hasil pengujian hipotesis 5 menunjukkan koefisien regresi sebagai berikut :

$$Y = 14.936 + 0.488 X_5 \text{ e} \dots\dots\dots (2)$$

Koefisien regresi 0.4880 dari variabel Pentingnya Tanggungjawab social perusahaan menjelaskan bahwa variasi persepsi Manajer atas pentingnya akuntansi social dapat dijelaskan oleh variasi variable tersebut sebesar 48,80 %, Nilai *R Square* yang terdapat pada tabel 8 sebesar 0.1435 menunjukkan determinasi dari variabel independen sebagai prediktor terhadap variabel independen adalah sebesar 14,35 %, model ini masih belum kuat sebagai model prediksi yang baik (*Bestfit model*), karena hanya mampu menjelaskan kuatnya pengaruh sebesar 14,35 % dan sisanya sebesar 85,65,4 % dapat diprediksi oleh faktor-faktor yang lain.

Hasil penelitian ini konsisten dengan studi yang dilakukan oleh beberapa peneliti yang menguji tentang pentingnya tanggungjawab sosial perusahaan antara lain seperti Henriques dan Sadorsky (1999); Buzzelli (1991); Turner dan

Stephenson (1994) dan Wliiam (1993) yang merekomendasikan tentang pentingnya tanggungjawab social perusahaan dilihat dari berbagai sudut pandang yang menjadi bagian/komponen stakeholder perusahaan. Secara teoritis dapat dijelaskan bahwa penggunaan persepsi manajer perusahaan berkaitan dengan perilaku yang ada pada individu/organisasi yang menggunakan menganggap pentingnya stakeholder.

Kerangka teoritis juga menjelaskan bagaimana Pentingnya tanggungjawab social perusahaan dipengaruhi oleh variable regulasi pemerintah, Tekanan Masyarakat, Tekanan organisasi lingkungan Tekanan Masyarakat mediamassa, sehingga asumsi dasar perluasan tanggungjawab social perusahaan yang dilandaskan pada teori stakeholder memang masih konsisten secara empiris. Masalah tanggung jawab sosial perusahaan ini menjadi factor utama pula dalam penerapan akuntansi social dan secara empiris terbukti sehingga mendukung beberapa pendapat dikalangan profesi akuntan dan dibahas oleh beberapa peneliti seperti Estes (1973); Bowman dan Mason (1976); K.Most (1977) Carrol A.B (1984); Henderson (1984) dan Chua (1990) dalam Tjiptohadi (1991), yang menjelaskan ide dasar yang melandasi berkembangnya akuntansi sosial (*Social Accounting*) secara umum adalah tuntutan terhadap perluasan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate sosial responsibility*). Hasil-hasil penelitian empiris juga membuktikan bahwa urgensi tanggung jawab sosial perusahaan mendorong perusahaan-perusahaan dalam praktiknya mulai melakukan pengukuran (*measurement*), pengakuan (*recognized*) dan pengungkapan (*disclosure*) hal-hal yang bersifat externalities tersebut.

KESIMPULAN, IMPLIKASI, KETERBATASAN DAN SARAN

Kesimpulan

Secara khusus dapat dijelaskan bahwa penelitian ini merupakan penelitian studi kasus dengan memilih perusahaan yang berada di Kota Medan sebagai subyek penelitian. Berdasarkan hasil analisis data penelitian tentang pengujian hipotesis 1, 2, 3 dan hipotesis 4 yang diajukan, dapat disimpulkan bahwa Penelitian ini menerima keseluruhan Hipotesis alternatif yang diajukan yaitu variabel Regulasi pemerintahan, Tekanan masyarakat, Tekanan organisasi lingkungan dan tekanan Media massa baik secara individu maupun bersama-

sama (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap Pentingnya Tanggungjawab sosial perusahaan. Demikian pula dengan Hipotesis 5 juga menunjukkan hubungan yang positif antara tanggungjawab sosial dengan pentingnya akuntansi sosial perusahaan, sehingga dapat disimpulkan bahwa temuan empiris menunjukkan sikap perusahaan saat ini lebih adaptif terhadap lingkungan sosialnya.

Implikasi

Implikasi Teoritis

Konsep Stakeholder memiliki 4 bahasan utama yang dapat dijadikan topik penelitian yaitu (a) Regulasi pemerintah, (b) Masyarakat (c) Organisasi lingkungan dan (d) Media massa. Penelitian yang menarik berfokus pada konsep aspek-aspek stakeholder tersebut secara teoritis didasari oleh teori-teori psikologis dan sosiologis, yang banyak menjelaskan tentang persepsi (*perceived*), sikap (*attituted*), kepercayaan (*belief*), pimpinan perusahaan dalam hal ini adalah manajer, dimana banyak perusahaan dengan mudah menerima pentingnya tanggungjawab sosial jika hal tersebut memang dianggap penting dan dapat mengganggu pencapaian tujuan perusahaan. Dengan demikian secara teoritis dapat diuraikan bahwa implikasi penelitian ini adalah pada aspek keprilaku yang berkaitan dengan pencapaian tujuan perusahaan dimana perusahaan akan mengambil suatu kebijakan yang menguntungkan, sebab stakeholder hanya akan mendapat perhatian karena jika dipercaya dan diyakini dianggap penting. Implikasi ini didasari pada argumentasi bahwa pentingnya tanggungjawab sosial perusahaan bukan didasari oleh persepsi kesadaran atas lingkungan sosial perusahaan, tetapi didasari atas persepsi pentingnya pencapaian tujuan perusahaan yang memperhatikan lingkungan sosial, hal ini tentunya dapat dipahami karena perusahaan secara filosofis merupakan organisasi yang hanya berorientasi kepada laba dan tidak dibuat untuk tujuan sosial secara mutlak.

Implikasi Praktis

Dengan dilakukannya penelitian mengenai tanggungjawab dan akuntansi sosial perusahaan dapat diketahui bahwa perusahaan skala menengah dan kecil juga memiliki respon yang cukup signifikan terhadap permasalahan-permasalahan sosial yang dihadapi. Konsekuensi dari pengakuan tanggungjawab sosial tersebut adalah adanya pos-pos biaya sosial

yang harus dikeluarkan oleh perusahaan sehingga secara praktis implikasi penelitian ini dapat memberikan kontribusi konsep kepada pengembangan dan penerapan akuntansi sosial dengan memperhatikan kompleksitas permasalahan sosial, sistim dan informasi yang dibutuhkan serta penyesuaian pada aspek-aspek situasional dan kondisional pada tiap-tiap perusahaan yang memiliki karakteristik sendiri.

Keterbatasan

Penelitian ini juga memiliki beberapa keterbatasan sebagai berikut;

1. Keterbatasan pada penentuan sampel, dimana tidak dapat ditentukan kerangka sampel penelitian karena tidak diketahui populasi yang pasti tentang jumlah perusahaan yang benar-benar masih aktif dan beroperasi di kota Medan, berbeda dengan penelitian sebelumnya di negara Kanada memiliki informasi lengkap tentang perusahaan sehingga metode sampel dapat dipilih lebih tepat dan proporsional.
2. Penelitian ini tidak melakukan pengujian *non response bias*, karena kelalaian pendataan waktu pengembalian kuesioner tahap 1 dan 2 saat penerimaan kembali kuesioner dari responden, sehingga tidak dapat dilakukan uji *non response bias*.
3. Keterbatasan pada efek industri, yaitu penelitian ini tidak membatasi sample perusahaan dalam bidang usaha tertentu sehingga representatif dari populasi memiliki tingkat generalisasi yang rendah.

Saran untuk penelitian berikutnya

Berdasarkan beberapa keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini, untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk dapat memperoleh sampel penelitian yang representatif dari populasi suatu pengamatan penelitian, dengan melaksanakan penelitian di seluruh Indonesia, dengan pemilihan teknik sampling yang lebih sesuai, dan memilih satu sample perusahaan pada satu jenis industri saja sehingga mampu memberikan kontribusi hasil dan daya generalisasi yang lebih besar bagi penelitian dibidang pentingnya akuntansi tanggungjawab social perusahaan. Selanjutnya adalah direkomendasikan untuk menguji tanggungjawab social perusahaan berdasarkan type perusahaan sebagaimana yang dilaksanakan oleh Henriques dan Sadosky (1999), sehingga

mampu memberikan perbandingan hasil studi empiris antara penelitian yang dilaksanakan dengan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Sonhadji, 1989, *Akuntansi Sosial : Perananya Dalam Mengukur Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Suatu Tinjauan Analitis, Majalah Akuntansi*, no. 10 bulan Oktober
- Adam, Carol, A, et.al.,1997, *Coorporate Sosial Reporting Practices in Western Europe :Legitimizing Corporate Behavior, Working Paper, Departement of Accounting and Finance, University of Glasglow, England.*
- Freeman.R.E.,1984, *Strategic Management : A Stakeholder Approach*, Boston, Fitm,an USA.
- Ince, Davult, 1997, *Determinant of Social and Environmental Discolusre of UK Company, paper , Interdisciplinary Perspective o Accounting Conference, Manchester, England*
- Irene, Sadosrky, 1995, *The Corporate Social Performance and Polycy Supplemen one: 67-69 Grenwich,CT:JAI press*
- _____,1999, *The Relationship between Environmental Commitment and Managerial Perception Of Stakeholder Importance, Academy of Management Journal*, vol.42.1.87-99
- Arief Suadi, et.al, 1988, *Akuntansi Sosial : Implikasi dan Kemungkinan Pengembangan di Indonesia, Majalah Akuntansi*, no. 11 bulan Nopember.
- Azhar Maksu, 1991, *Pengaruh Kebudayaan Atas Beberapa Aspek Akuntansi, Majalah Akuntansi*, no. 4 bulan April
- Azizul Kholis, 2002, *Akuntansi Sosial dan Permasalahan Bisnis di Indonesia : paper Tugas kuliah akuntansi keuangan, Magister Sains akuntansi Tidak di publikasikan*
- Biro Pusat Statistik, 2000, *Statistik Perusahaan Perdagangan Indonesia ,buku 1, Jakarta.*

-
- _____, 2000, *Direktori Perusahaan Perdagangan Kecil Menengah di Indonesia*, buku 1, Jakarta
- Coghill.Ken, *Global Social Responsibility and The end of Neo Liberali Fundamentalism, paper on Governance and corporate responsibility*, Deakin University, Australia
- Davidson,1993, *Environmental Financial Disclosure : What to say and where to say it*, *Chemical Week*, December edition, published by UMI database Journal, USA
- Gujarati.D , 1995, " *Basic Econometrics*, 3rd, International edition, McGraw Hill. USA
- Hackston, David and Markus J Milne,1996, *Some Determinant of Social and Enviromental Disclosures in New Zealand Companies*, *Accounting, Auditing ad Accountability Journal*, Vol.9. No 1 pp.77-108
- Hair.JF, Anderson RE Tatham, RL.,1998, *Multivariate Analysis*,5 edition, Prentice hall International, Inc.
- Harahap Sofyan Safri, 1988, *Sosio Economic Accounting (SEA) : Menyoroti Etika dan Tanggung jawab Sosial Perusahaan*, *Majalah Akuntansi*, No. 3 bulan Maret
- Hendriksen Eldon.S,1994, *Accounting Theory*, Third Edition, Mc.Hill, USA.
- Henny dan Murtanto, 2001, *Analisis Pengungkapan Sosial Pada Laporan Tahunan*, *Jurnal Media Riset Akuntansi, Auditing dan Informasi*, Universitas Trisakti, Jakarta.
- Ince, Davult, 1997, *Determinant of Sosial and environmental Discolusre of UK Company*, paper , *Interdisciplinary Perspective o Accounting Conference*, Manchester, England
- Imam Ghozali, 2001, *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Edisi pertama, Program Studi Magister Akuntansi, Badan Penerbit, Universitas Diponegoro (UNDIP), Semarang.
- Muslim Utomo, 2000, *Praktik Pengungkapan Sosial Pada Laporan Tahunan Perusahaan di Indonesia*, *Laporan penelitian, Simposium Nasional Akuntansi III*, IAI Kompetemen Akuntan Pendidik , Jakarta.

- Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, 1999, *Metodologi Penelitian Bisnis : Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Edisi pertama, Badan Penerbit Fakultas Ekonomi (BPFE), Universitas Gadjah Mada (UGM), Yogyakarta.
- Pradeep Kanta Ray, 2000, *The impact of state regulation on corporate governance and performance in India : Future prospect for multinational and local enterprise*. Paper on Governance and corporate responsibility, Deakin University, Australia.
- Singgih Santoso, 2000, *Mengolah data statistik secara profesional SPSS versi 7.5* Penerbit Elex media Komputindo, Jakarta.
- Tjiptohadi Sawardjono, 1991, Pencantuman Kegiatan Eksternal ke dalam Laporan Keuangan, *Akuntansi*, No 4 April.
- Tsang, Eric, WK., 1998, A Longitudinal Study of Corporate Sosial Reporting in Singapore : The Cases of Banking, Food and Beverages and Hotel Industries, *Accounting, Auditing and Accountability journal*, Vol.11 No 5, pp. 624-635.
- Uma Sekaran, 1994, *Research Method for bussiness : Askill Building Approach*. Jhon Wiley & Sons Inc, Second edition.

LAMPIRAN

Tabel 2
Ikhtisar Distribusi Dan Pengembalian Kuesioner

NO	Keterangan	Jumlah Kuesioner	Persentase
01.	Distribusi kuesioner	300	100 %
02.	Kuesioner tidak kembali	233	77,67 %
03.	Kuesioner kembali	67	22,33 %
04.	Kuesioner tidak lengkap	13	-
05.	Kuesioner bisa diolah	54	18 %

n sampel : 54
Response Rate : 18 %

Sumber : Data Primer diolah, 2002

Tabel 3
Statistik Deskriptif Demografi Responden

DEMOGRAFI	MEAN	STANDAR DEVIASI	MINIMUM	MAKSIMUM
Umur Perusahaan	7.3618	2.7406	4	26
Bidang Usaha	2.4973	1.3061	1	3

Sumber : Data Primer diolah, 2002

Tabel 4
Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

VARIABEL	MEAN	STANDAR DEVIASI	KISARAN TEORITIS	KISARAN AKTUAL
Pentingnya Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	17.581	1.5154	4 - 20	15 - 20
Regulasi pemerintah	16.790	1.6458	4 - 20	14 - 19
Tekanan Masyarakat	17.016	1.8942	4 - 20	15 - 20
Tekanan Organisasi Lingkungan	17.592	1.8876	4 - 20	12 - 19
Tekanan Media Massa	17.321	1.5463	4 - 20	14 - 20
Pentingnya Akuntansi Sosial	17.332	1.4446	4 - 20	15 - 20

Sumber : Data Primer diolah, 2002

Tabel 5
Hasil Uji Multikoleniaritas

VARIABEL	Regulasi	Communality	Organization	Mass Media
Regulas pemerintah	1.000	0.252	0.082	0.184
Tekanan masyarakat	0.252	1.000	0.651	0.430
Tekanan Media massa	0.184	0.430	0.211	1.000

Nilai VIF 1.007

Sumber : Data Primer diolah, 2002

Tabel 6
Hasil Uji Heterokedatisitas

Model pengujian	Nilai Signifikan
$RESIDUAL = b_0 + bx_1 + bx_2 + bx_3 + bx_4e$	1,000 (tidak Signifikan)

Sumber : Data Primer diolah, 2002

Tabel 7
Hasil Uji Hipotesis 1, 2, 3, dan 4

Hipotesis	Variabel yang diuji	Koefisien Regresi	Probabilitas Signifikansi	Keputusan
1	X ₁ Regulasi Pemerintah	0.280	0.0018 Signifikan	Ha diterima
2	X ₂ Tekanan masyarakat	0.207	0.0051 Signifikan	Ha diterima
3	X ₃ Tekanan Organisasi Lingkungan	0.125	0.0033 Signifikan	Ha diterima
4	X ₄ Tekanan Media massa	0.115	0.0017 Signifikan	Ha diterima

Nilai F : 4.904
 Probabilitas : 0.010
 Nilai R Square : 0.1147
 n sampel : 54
 DW : 1975

Sumber : Data Primer diolah, 2002

Tabel 8
Hasil Uji Hipotesis 5

Hipotesis	Variabel yang diuji	Koefisien Regresi	Probabilitas Signifikansi	Keputusan
1	X ₅ Pentingnya Tanggung Jawab Sosial	0.488	0.0000 Signifikan	Ha diterima

Nilai R Square : 0.1435
 n sampel : 54
 DW : 1989

Sumber : Data Primer diolah, 2002