

ANALISIS PENGUNGKAPAN SOSIAL PADA LAPORAN TAHUNAN

Henny

Alumni Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti

Murtanto

Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti

Abstract

The aim of this study is to provide a view of social disclosure practices in company annual reports and analyses the different on these practices between high profile and low profile companies. A sample of 58 firms listed on Jakarta Stock Exchange is taken using the proportionate stratified random sampling method. Content analysis method is used to examine the 1999 annual reports with regard to the content, location and type of disclosure made by the sample, then to determined whether there is a significant difference on social disclosures made between high profile and low profile companies, a statistical analysis is done using the Z test. Fifty-five items are included in the social disclosures list, which are classified into 6 areas: customer and product, environment and energy, business alliances, stockholders, community involvement, and human resources.

The results of this study shows that social disclosures in Indonesia were still relatively low, only 41,32% of the items included in the list was disclosed by the firms. The majority of social responsibility disclosures were in the areas of human resources. Most of the disclosures were located in the management report and notes on financial statement. Types of the disclosures were mixed in narrative qualitative, quantitative non monetary, and quantitative monetary. The statistical test proved that there was a significant difference on social disclosures made by

high profile and low profile companies. The disclosures made by high profile companies were higher than low profile companies. The results of partial testing on these practices in each area show that a significant difference between the two types of companies exists only in three areas: environment and energy, business alliances, and human resources areas. In the environment and energy and the human resources areas, social disclosures made by high profile companies were higher than low profile ones.

Keywords: social disclosures, high profile, low profile

PENDAHULUAN

Selama ini perusahaan dianggap sebagai lembaga yang dapat memberikan banyak keuntungan bagi masyarakat, dimana menurut pendekatan teori akuntansi tradisional, perusahaan harus memaksimalkan labanya agar dapat memberikan sumbangan yang maksimum kepada masyarakat. Namun seiring dengan perjalanan waktu, masyarakat semakin menyadari adanya dampak-dampak sosial yang ditimbulkan oleh perusahaan dalam menjalankan operasinya untuk mencapai laba yang maksimal, yang semakin lama dirasakan semakin besar dan semakin sulit untuk dikendalikan. Oleh karena itu, masyarakat pun menuntut agar perusahaan senantiasa memperhatikan dampak-dampak sosial yang ditimbulkannya dan berupaya untuk mengatasinya.

Aksi protes terhadap perusahaan seringkali dilakukan oleh para karyawan dan buruh dalam rangka menuntut kebijakan upah dan pemberian fasilitas kesejahteraan lainnya yang dirasakan kurang mencerminkan nilai keadilan. Aksi yang serupa juga tidak jarang dilakukan oleh pihak masyarakat, baik masyarakat sebagai konsumen, maupun masyarakat yang berada di lingkungan sekitar pabrik. Masyarakat sebagai

konsumen seringkali melakukan protes terhadap hal-hal yang berkaitan dengan mutu produk sehubungan dengan kesehatan, keselamatan, dan kehalalan suatu produk bagi konsumennya. Sedangkan protes yang dilakukan oleh masyarakat di sekitar pabrik biasanya berkaitan dengan pencemaran lingkungan yang disebabkan oleh limbah pabrik.

Deskripsi-deskripsi di atas menunjukkan adanya ketidakselarasan sosial antara perusahaan dan masyarakat. Banyak keluhan-keluhan telah dilontarkan kepada perusahaan dan perusahaan dituntut untuk lebih memperhatikan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat. Adanya pergeseran dari pandangan tradisional ke arah kesejahteraan sosial ini telah mendorong lahirnya akuntansi sosial ekonomi yang merupakan sub disiplin akuntansi yang memfokuskan perhatiannya terhadap dampak sosial yang ditimbulkan oleh perusahaan kepada masyarakat, baik dampak sosial yang bersifat positif (menguntungkan) maupun yang bersifat negatif (merugikan).

Lahirnya akuntansi sosial ekonomi merupakan suatu hasil dari upaya untuk mengakomodasi kebutuhan perusahaan dalam melakukan pertanggungjawaban sosial kepada masyarakat. Selama ini, produk akuntansi merupakan sarana bagi manajemen untuk mempertanggung-jawabkan kinerja ekonomi perusahaan kepada para investor, kreditor dan pemerintah, namun dengan lahirnya akuntansi sosial ekonomi, produk akuntansi juga dapat digunakan oleh pihak manajemen sebagai sarana untuk mempertanggung-jawabkan kinerja sosial perusahaan kepada semua pihak yang berkepentingan termasuk kepada karyawan, masyarakat dan konsumen.

Penelitian terhadap pengungkapan sosial telah banyak dilakukan di berbagai negara dengan beraneka ragam cara antara lain survei, *content analysis* atas laporan tahunan perusahaan, *expert evaluation* dan sebagainya. Beberapa peneliti pengungkapan sosial tertarik untuk menguji pengungkapan sosial pada berbagai perusahaan yang memiliki perbedaan karakteristik. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran tentang praktek pengungkapan sosial pada laporan tahunan yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia serta menganalisis perbedaan praktek pengungkapan sosial antara kelompok industri *high profile* dan industri *low profile*.

KERANGKA TEORITIS

Di Indonesia, pengungkapan sosial secara implisit telah diakomodasi dalam PSAK No. 1 paragraf 9 yang menyatakan bahwa:

Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting.

Pro dan Kontra Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Harahap (1993:196-198) mengemukakan beberapa alasan para pendukung dan para penantang terhadap konsep tanggung jawab sosial perusahaan. Adapun alasan-alasan yang dikemukakan oleh para pendukung tanggung jawab sosial perusahaan yaitu:

- (1) Keterlibatan sosial merupakan respon terhadap keinginan dan harapan masyarakat terhadap peranan perusahaan. Dalam jangka panjang hal ini sangat menguntungkan perusahaan.
- (2) Keterlibatan sosial mungkin akan mempengaruhi perbaikan lingkungan, masyarakat yang mungkin akan menurunkan biaya produksi.
- (3) Meningkatkan nama baik perusahaan, dan akan menimbulkan simpati langganan, karyawan, investor dan lain-lain.
- (4) Menghindari campur tangan pemerintah dalam melindungi masyarakat. Campur tangan pemerintah cenderung membatasi peran perusahaan, sehingga jika perusahaan memiliki tanggung jawab sosial mungkin dapat menghindari pembatasan kegiatan perusahaan.
- (5) Dapat menunjukkan respon positif perusahaan terhadap norma dan nilai yang berlaku dalam masyarakat sehingga mendapat simpati masyarakat.
- (6) Sesuai dengan keinginan pemegang saham, dalam hal ini publik.
- (7) Mengurangi tensi kebencian masyarakat kepada perusahaan yang kadang-kadang tidak mungkin dihindari.
- (8) Membantu kepentingan nasional seperti konservasi alam, pemeliharaan barang seni budaya, peningkatan pendidikan rakyat, lapangan kerja dan lain-lain.

Alasan-alasan yang dikemukakan oleh para penentang tanggung jawab sosial perusahaan antara lain:

- (1) Mengalihkan perhatian perusahaan dari tujuan utamanya dalam mencari laba. Ini akan menimbulkan pemborosan.
- (2) Memungkinkan keterlibatan perusahaan terhadap permainan kekuasaan atau politik secara berlebihan yang sebenarnya bukan lapangannya.
- (3) Menimbulkan lingkungan bisnis yang monolitik bukan yang bersifat pluralistik.
- (4) Keterlibatan sosial memerlukan dana dan tenaga yang cukup besar yang tidak dapat dipenuhi oleh dana perusahaan yang terbatas, yang dapat menimbulkan kebangkrutan atau menurunkan tingkat pertumbuhan perusahaan.
- (5) Keterlibatan pada kegiatan sosial yang demikian kompleks memerlukan tenaga dan para ahli yang belum tentu dimiliki oleh perusahaan.

Pelaporan Kinerja Sosial

Menurut Martin Freedman (Siegel dan Marconi 1989:508-511), ada tiga pendekatan dalam pelaporan kinerja sosial :

- (1) Pemeriksaan sosial (*social audit*) : Pemeriksaan sosial mengukur dan melaporkan dampak ekonomi, sosial dan lingkungan dari program-program yang berorientasi sosial dari operasi-operasi perusahaan. Pemeriksaan sosial dilakukan dengan membuat suatu daftar aktivitas-aktivitas perusahaan yang memiliki konsekuensi sosial, lalu auditor sosial akan mencoba mengestimasi dan mengukur dampak-dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas-aktivitas tersebut.
- (2) Laporan sosial (*social report*) : Berbagai alternatif format laporan untuk menyajikan laporan sosial telah diajukan oleh para akademis dan praktisioner. Pendekatan-pendekatan yang dapat dipakai oleh perusahaan untuk melaporkan aktivitas-aktivitas pertanggungjawaban sosialnya ini dirangkum oleh Dilley dan Weygandt menjadi 4 kelompok sebagai berikut (Henderson dan Peirson, 1998:898-902):
 - (a) *Inventory approach*: perusahaan mengompilasikan dan mengungkapkan sebuah daftar yang komprehensif dari aktivitas-

aktivitas sosial perusahaan. Daftar ini harus memuat semua aktivitas sosial perusahaan baik yang bersifat positif maupun yang negatif.

- (b) *Cost approach*: perusahaan membuat daftar aktivitas-aktivitas sosial perusahaan dan mengungkapkan jumlah pengeluaran pada masing-masing aktivitas tersebut.
 - (c) *Program management approach*: perusahaan tidak hanya mengungkapkan aktivitas-aktivitas pertanggungjawaban sosial tetapi juga tujuan dari aktivitas tersebut serta hasil yang telah dicapai oleh perusahaan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan itu.
 - (d) *Cost-benefit approach*: perusahaan mengungkapkan aktivitas yang memiliki dampak sosial serta biaya dan manfaat dari aktivitas tersebut. Kesulitan dalam penggunaan pendekatan ini adalah adanya kesulitan dalam mengukur biaya dan manfaat sosial yang diakibatkan oleh perusahaan terhadap masyarakat.
- (3) Pengungkapan sosial dalam laporan tahunan (*disclosures in annual report*) : Pengungkapan sosial adalah pengungkapan informasi tentang aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan sosial perusahaan. Pengungkapan sosial dapat dilakukan melalui berbagai media antara lain laporan tahunan, laporan interim, prospektus, pengumuman kepada bursa efek, atau melalui media massa.

Teori Kecenderungan Pengungkapan Sosial

Gray *et. al.* (dalam Utomo, 2000: 102-103) mengelompokkan teori yang dipergunakan oleh para peneliti untuk menjelaskan kecenderungan pengungkapan sosial ke dalam tiga kelompok yaitu:

- (1) *Decision usefulness studies*: Pengungkapan sosial dilakukan karena informasi tersebut dibutuhkan oleh para pemakai laporan keuangan dan ditempatkan pada posisi yang *moderately important*.
- (2) *Economic theory studies* : Sebagai agen dari suatu prinsipal yang mewakili seluruh *interest group* perusahaan, pihak manajemen melakukan pengungkapan sosial sebagai upaya untuk memenuhi tuntutan publik

- (3) *Social and political theory studies*: Studi di bidang ini menggunakan teori *stakeholder*, teori legitimasi organisasi dan teori ekonomi politik. Teori *stakeholder* mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para *stakeholders*. Pengertian teori legitimasi dapat dipahami dari definisi yang ditawarkan oleh Lindbolm (dalam Utomo, 2000:103) sebagai berikut:

...a condition or status which exists when an entity's value system is congruent with the value system of the larger social system of which the entity is a part. When a disparity, actual or potential, exist between the two value system, there is a threat to the entity legitimacy.

Sedangkan mengenai teori ekonomi politik, Jackson (dalam Utomo, 2000: 103) menjelaskannya sebagai:

...the study of the interplay of power, the goals of power wielders and the productive exchange system (Zald, 1970, p. 233). As a framework, political economy does not concentrate exclusively on market exchanges. Rather it first of all analysis exchange in whatever institutional framework they occur and, second, analyses the relationships between social institutions such as government, law and property rights, each fortified by power and the economy i.e. the system of producing and exchanging goods and services.

Jadi, menurut teori ini pengungkapan sosial dilakukan sebagai reaksi terhadap tekanan-tekanan dari lingkungannya agar perusahaan merasa eksistensi dan aktivitasnya terlegitimasi.

Alasan Pengungkapan Sosial

Pengungkapan kinerja sosial pada laporan tahunan perusahaan seringkali dilakukan secara sukarela oleh perusahaan. Adapun alasan-alasan perusahaan untuk mengungkapkan kinerja sosial secara sukarela (Henderson dan Peirson, 1998:894-895) antara lain:

- (1) *Internal decision making*: Manajemen membutuhkan informasi untuk menentukan efektivitas dari informasi sosial tertentu dalam mencapai tujuan sosial perusahaan. Data harus tersedia agar biaya dari pengungkapan tersebut dapat diperbandingkan dengan manfaatnya

bagi perusahaan. Walaupun hal ini sulit diidentifikasi dan diukur, namun analisis secara sederhana lebih baik daripada tidak sama sekali.

- (2) *Product differentiation*: Manager dari perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial memiliki insentif untuk membedakan diri dari pesaing yang tidak bertanggung jawab secara sosial kepada masyarakat. Akuntansi kontemporer tidak memisahkan pencatatan biaya dan manfaat aktivitas sosial perusahaan dalam laporan keuangan, sehingga perusahaan yang tidak bertanggung jawab akan terlihat lebih sukses daripada perusahaan yang bertanggung jawab. Hal ini mendorong perusahaan yang bertanggung jawab untuk mengungkapkan informasi tersebut sehingga masyarakat dapat membedakan mereka dari perusahaan lain.
- (3) *Enlightened self interest*: Perusahaan melakukan pengungkapan untuk menjaga keselarasan sosialnya dengan para *stakeholder* yang terdiri dari *stockholder*, kreditor, karyawan, pemasok, pelanggan, pemerintah dan masyarakat karena mereka dapat mempengaruhi pendapatan penjualan dan harga saham perusahaan.

Penelitian Terdahulu

Ernst & Ernst (Siegel dan Marconi, 1989:511) telah melakukan survei terhadap pengungkapan sosial pada laporan tahunan yang dilakukan oleh 500 perusahaan industri terkemuka dari tahun 1971-1978. Dari survei tersebut ditemukan bahwa secara umum jumlah perusahaan-perusahaan yang mengungkapkan informasi sosial serta jumlah informasi yang diungkapkan cenderung meningkat. Sekitar 90% dari perusahaan yang ditelitinya pada tahun 1978 telah melakukan pengungkapan sosial.

Pada tahun akhir tahun 1970an, Trotman (Henderson dan Peirson, 1998: 895-896) melakukan survei terhadap pengungkapan sosial pada laporan tahunan periode 1967-1977 dari 100 perusahaan terbesar yang terdaftar di Sydney Stock Exchange. Hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya peningkatan jumlah perusahaan yang mengungkapkan informasi sosial dimana pada tahun 1967 hanya 26 perusahaan, tahun 1972 terdapat 48 perusahaan, dan tahun 1977 terdapat 69 perusahaan yang melakukan

pengungkapan sosial pada laporan tahunan. Sebagian besar pengungkapan tersebut berhubungan dengan sumber daya manusia dan lingkungan dan dinyatakan secara kualitatif. Pada penelitian selanjutnya yang dilakukan pada tahun 1981, Trotman dan Bradley meneliti beberapa karakteristik perusahaan yang diperkirakan memiliki hubungan dengan praktek pengungkapan informasi sosial antara lain ukuran perusahaan, resiko sistematis, kendala sosial, dan sifat pengambilan keputusan manajemen. Mereka menemukan bahwa perusahaan yang menyajikan informasi sosial berukuran lebih besar, memiliki resiko sistematis yang lebih tinggi, dan lebih berorientasi ke jangka panjang.

Guthrie dan Parker (Henderson dan Peirson, 1998:896) melakukan perbandingan praktek pengungkapan aktivitas sosial pada laporan tahunan 1983 yang dilakukan oleh 50 perusahaan Australia, Amerika Serikat, dan Inggris yang diukur berdasarkan jumlah halaman. Hasil penelitian tersebut menunjukkan persentase perusahaan yang melakukan pengungkapan di Inggris adalah 98%, di Amerika 85 %, dan di Australia 56%. Pengungkapan sosial yang paling banyak diungkap adalah yang berhubungan dengan sumber daya manusia, diikuti informasi tentang keterlibatan dalam masyarakat dan lingkungan. Mereka juga menemukan tidak ada perusahaan yang menyajikan informasi yang negatif tentang aktifitas mereka. Menurut mereka, perusahaan-perusahaan tersebut melakukan pengungkapan secara sukarela untuk menghindari kritik yang potensial terhadap perilaku perusahaan. Pengungkapan ini menunjukkan respon yang positif terhadap tekanan masyarakat yang dapat mengurangi tuntutan terhadap perusahaan dan menjaga dukungan dari kelompok tertentu.

Andrew *et. al.* (dalam Utomo, 2000:105) melakukan penelitian terhadap pengungkapan sosial dari 119 perusahaan sampel di Malaysia dan Singapura. Penelitian mereka membuktikan bahwa perusahaan besar lebih banyak melakukan pengungkapan daripada perusahaan menengah dan perusahaan kecil. Terdapat 50% perusahaan besar yang melakukan pengungkapan sosial, sedangkan perusahaan menengah hanya 43% dan perusahaan kecil 14%. Tema yang paling banyak diungkap oleh perusahaan-perusahaan sampel tersebut adalah tema ketenagakerjaan.

Deegan dan Gordon (1996:187-198) melakukan penelitian terhadap praktek pengungkapan sosial yang dikhususkan pada pengungkapan

lingkungan pada laporan tahunan 1991 dari 197 perusahaan Australia yang dipilih secara acak dengan metode *content analysis* untuk mengukur pengungkapan lingkungan yang dilakukan. Dari 197 perusahaan yang diteliti terdapat 71 perusahaan yang mengungkapkan informasi tersebut. Dari hasil penelitian tersebut Deegan dan Gordon menyimpulkan bahwa:

- (1) Jumlah pengungkapan lingkungan secara sukarela di Australia masih rendah yaitu rata-rata 186 kata dari semua perusahaan sampel yang diteliti.
- (2) Pengungkapan lingkungan secara sukarela bersifat *self-laudatory* dimana terdapat sedikit atau tidak ada pengungkapan informasi negatif yang dilakukan oleh semua perusahaan yang diteliti.
- (3) Secara umum terdapat peningkatan pengungkapan lingkungan yang terjadi selama periode 1988-1991, dimana peningkatan ini berhubungan positif dengan peningkatan keanggotaan kelompok lingkungan hidup.
- (4) Terdapat korelasi yang positif antara sensitifitas lingkungan dan tingkat pengungkapan lingkungan perusahaan.
- (5) Terdapat korelasi yang positif antara ukuran perusahaan dan tingkat pengungkapan lingkungan perusahaan yang termasuk industri yang sensitif terhadap lingkungan.

Sebagian besar pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang ditelitinya bersifat kualitatif dan ditempatkan pada laporan direktur. Hasil analisis statistik mereka menunjukkan bahwa perusahaan cenderung mengungkapkan informasi positif daripada informasi negatif dan perusahaan besar lebih banyak melakukan pengungkapan informasi sosial secara sukarela dibandingkan perusahaan kecil. Mereka juga menemukan peningkatan yang signifikan pada pengungkapan selama periode 1988-1991 yang konsisten dengan hasil penelitian Guthrie dan Parker.

Hackston dan Milne (dalam Utomo, 2000:104) meneliti pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan publik di New Zealand. Mereka juga membuktikan bahwa pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan besar lebih tinggi daripada perusahaan kecil dan pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan *high profile* lebih tinggi daripada perusahaan *low profile*.

Penelitian yang dilakukan oleh Adams *et. al.* (dalam Utomo, 2000: 104-105) terhadap praktek pengungkapan sosial di enam negara Eropa yaitu Perancis, Jerman, Swiss, Inggris, Swedia dan Belanda juga menemukan hasil yang sama. Sampel yang diambil meliputi empat kelompok industri yang dikelompokkan menjadi dua kelompok besar. Kelompok industri minyak, kimia, logam dan pembangkit listrik serta kelompok industri manufaktur dan otomotif dikelompokkan sebagai industri yang sensitif, sedangkan kelompok industri rekayasa dan konstruksi serta kelompok industri jasa, makanan dan minuman, dan ritail dikelompokkan sebagai industri yang kurang sensitif. Mereka berhasil membuktikan adanya perbedaan pengungkapan sosial antara kelompok industri yang sensitif dan kelompok industri yang kurang sensitif serta antara perusahaan besar dan perusahaan kecil. Perusahaan besar terbukti lebih banyak melakukan pengungkapan sosial dibandingkan dengan perusahaan kecil.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Muslim Utomo (2000:111-116) terhadap praktek pengungkapan sosial pada laporan tahunan perusahaan-perusahaan di Indonesia edisi tahun 1998 ditemukan bahwa tema ketenagakerjaan mendapat perhatian yang lebih besar diantara tema-tema lainnya. Penelitian ini juga membuktikan adanya perbedaan pengungkapan sosial antara kelompok industri *high profile* dan kelompok industri *low profile*, dimana pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan *high profile* lebih tinggi daripada perusahaan *low profile*. Tetapi hasil pengujian parsial pada masing-masing tema menunjukkan bahwa kondisi ini hanya terbukti pada tema produk dan konsumen, sedangkan pada tema kemasyarakatan dan ketenagakerjaan kondisi tersebut tidak terbukti.

KERANGKA PEMIKIRAN

Pelaporan keuangan pada dasarnya dimaksudkan untuk menyediakan informasi keuangan yang akan digunakan oleh pihak yang berkepentingan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan ekonomis. Dalam hal ini, pengungkapan memegang peranan penting dalam penyampaian informasi kepada para pemakai laporan keuangan yang

antara lain terdiri dari para pemilik perusahaan, manajer atau pimpinan perusahaan, calon investor, kreditor, pemerintah, dan kini meluas kepada karyawan, konsumen, pemasok dan masyarakat sekitar.

Lahirnya akuntansi sosial ekonomi merupakan suatu hasil dari upaya untuk mengakomodasi kebutuhan perusahaan dalam melakukan pertanggungjawaban sosial kepada masyarakat. Pelaporan kinerja sosial sebagai wujud pertanggungjawaban sosial perusahaan kepada masyarakat dapat dilakukan melalui pengungkapan sosial dengan memanfaatkan laporan tahunan sebagai media penyampaian informasi. Informasi-informasi sosial yang diungkapkan pada laporan tahunan ini dapat mempengaruhi keputusan ekonomis yang dibuat oleh para pemakai laporan keuangan yang memperhatikan kesejahteraan sosial masyarakat. Oleh karena itu, seringkali perusahaan memutuskan untuk melakukan pengungkapan sosial ini secara sukarela walaupun dalam prakteknya terdapat kecenderungan pengungkapan informasi sosial ini hanya difokuskan untuk informasi yang bersifat positif. Semakin banyak informasi yang diungkapkan oleh perusahaan secara sukarela diharapkan dapat meningkatkan kredibilitas manajemen, pemahaman para analis terhadap perusahaan, kesabaran dan keyakinan investor, serta meningkatkan nilai saham secara potensial.

Untuk menunjang pelaksanaan penelitian, penulis telah menyusun suatu daftar pengungkapan sosial, dimana daftar ini memuat 55 item pengungkapan yang terbagi atas enam proksi. Daftar ini merupakan suatu kompilasi daftar pengungkapan sosial yang diambil oleh penulis dari berbagai sumber berikut:

1. Muhammad Muslim Utomo dalam papernya yang berjudul "Praktek Pengungkapan Sosial pada Laporan Tahunan Perusahaan di Indonesia" (2000: 120).
2. *GRI Sustainability Reporting Guidelines: Draft Technical Note on Social Indicators* yang dipublikasikan melalui internet (www.globalreporting.org) oleh New Economic Foundation (1999: 21-25).
3. Craig Deegan dan Ben Gordon dalam papernya yang berjudul "*A Study of the Environmental Disclosure Practices of Australian Corporations*" (1996: 198-199).
4. Sofyan Syafri Harahap dalam bukunya yang berjudul "Teori Akuntansi" (1993: 198-201).

PERUMUSAN HIPOTESIS

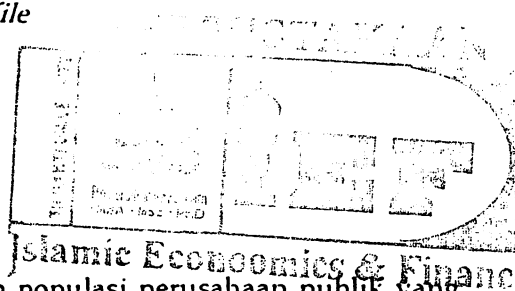
Berdasarkan hasil penelitian-penelitian sebelumnya, telah terbukti bahwa praktek pengungkapan sosial yang dilakukan oleh kelompok industri *high profile* memiliki perbedaan yang signifikan terhadap pengungkapan serupa yang dilakukan oleh kelompok industri *low profile*. Pengungkapan sosial yang dilakukan oleh *high profile* cenderung lebih tinggi daripada kelompok industri *low profile*. Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis merumuskan dua hipotesis alternatif sebagai berikut:

- Hipotesis 1 : Terdapat perbedaan yang signifikan antara pengungkapan sosial pada laporan tahunan yang dilakukan oleh perusahaan *high profile* dan *low profile*.
- Hipotesis 2 : Pengungkapan sosial pada laporan tahunan yang dilakukan oleh perusahaan *high profile* lebih tinggi daripada perusahaan *low profile*

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Penelitian ini menggunakan populasi perusahaan publik yang terdaftar di PT Bursa Efek Jakarta. Hingga akhir tahun 1999, perusahaan yang terdaftar di bursa tersebut berjumlah 278 perusahaan dimana perusahaan-perusahaan ini dikelompokkan dalam 46 blok berdasarkan jenis industri perusahaan yang bersangkutan. Supaya sampel merepresentasikan populasi, maka peneliti memilih suatu jenis metode pengambilan sampel probabilitas yaitu *proportionate stratified sampling*. Stratifikasi yang digunakan dalam penelitian ini sesuai dengan stratifikasi yang berlaku di Bursa Efek Jakarta. Sampel yang terpilih akan diklasifikasikan ke dalam dua kelompok industri yaitu kelompok industri *high profile* dan *low profile*. Untuk membedakan kedua tipe industri di atas, definisi-definisi berikut ini dapat dipergunakan (Utomo, 2000:103-106):



1. Robert mendefinisikan *high profile company* sebagai perusahaan yang memiliki *consumer visibility*, tingkat resiko politik dan tingkat kompetisi yang tinggi. Cowen *et. al.* menambahkan bahwa perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan akan lebih memperhatikan pertanggungjawaban sosialnya kepada masyarakat karena hal ini dapat meningkatkan citra perusahaan dan mempengaruhi tingkat penjualan.
2. Diekers dan Preston menggambarkan industri *high profile* sebagai perusahaan-perusahaan yang aktivitas ekonominya memodifikasi lingkungan, misalnya industri ekstraktif yang lebih sering mengungkapkan informasi tentang dampak-dampak lingkungannya daripada industri lain.

Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya, perusahaan yang terklasifikasi dalam kelompok industri *high profile* antara lain perusahaan perminyakan dan pertambangan lain, kimia, hutan, kertas, otomotif, penerbangan, agribisnis, tembakau dan rokok, produk makanan dan minuman, media dan komunikasi, energi (listrik), *engineering*, kesehatan serta transportasi dan pariwisata. Sedangkan kelompok industri *low profile* terdiri dari bangunan, keuangan dan perbankan, pemasok peralatan medis, properti, *retailer*, tekstil dan produk tekstil, produk personal, dan produk rumah tangga.

Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan *high profile*.
2. Pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan *low profile*.

Kedua variabel tersebut bersifat independen dan memiliki hubungan yang simetris karena variabel yang satu tidak disebabkan atau dipengaruhi oleh variabel yang lain. Masing-masing variabel ini tersusun atas enam proksi yaitu tema konsumen dan produk, lingkungan hidup dan energi, mitra bisnis, pemegang saham, kemasyarakatan, dan tema ketenagakerjaan. Variabel-variabel ini akan diukur berdasarkan observasi terhadap laporan tahunan perusahaan dengan pengukuran tidak tertimbang untuk mengurangi subjektivitas dalam memberikan skor.

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah suatu daftar pengungkapan sosial yang dilengkapi dengan lokasi pengungkapan dan tipe pengungkapan. Daftar ini memuat 55 item yang terbagi atas enam tema yaitu tema konsumen dan produk, lingkungan dan energi, mitra bisnis, pemegang saham, kemasyarakatan dan ketenagakerjaan. Lokasi pengungkapan dalam laporan tahunan dikelompokkan menjadi 5 bagian yaitu selayang pandang (*overview*), ikhtisar keuangan penting (*financial highlight*), laporan manajemen, diskusi dan analisis manajemen, dan catatan atas laporan keuangan. Sedangkan tipe pengungkapan akan dikelompokkan menjadi 3 yaitu naratif kualitatif, kuantitatif non moneter, dan kuantitatif moneter.

Teknik Analisis Data

Dalam membahas permasalahan yang diteliti, penulis menggunakan metode *content analysis* yaitu metode penelitian yang menggunakan seperangkat prosedur untuk membuat pendugaan atas suatu teks, dimana teks yang ada dikodifikasi ke dalam beberapa kelompok atau kategori berdasarkan kriteria tertentu. Dengan menggunakan instrumen penelitian, peneliti menelusuri laporan tahunan perusahaan sampel edisi 1999 untuk mencari item-item yang diungkapkan oleh perusahaan tersebut. Dari hasil penelusuran tersebut akan dipetakan pengungkapan sosial yang telah dilakukan oleh masing-masing perusahaan berdasarkan tema, lokasi dan tipe pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan. Setelah itu peneliti akan menguji perbedaan jumlah item yang diungkap oleh kedua kelompok industri yang diteliti dengan menggunakan instrumen statistik Uji Z dengan taraf signifikansi 0,05 dan 0,10. Sehubungan dengan pemakaian statistik parametrik dwi-variat, penulis mengasumsikan data yang diperoleh dalam penelitian ini berdistribusi normal.

ANALISIS DATA

Profil Sampel

Dengan menggunakan metode pengambilan sampel probabilitas yaitu *proportionate stratified random sampling*, terpilih 62 perusahaan sampel untuk mewakili seluruh populasi penelitian. Karena tidak semua perusahaan sampel tersebut menyediakan data yang dibutuhkan meskipun telah diupayakan sampel pengganti, maka jumlah perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini hanya berjumlah 58 perusahaan, dimana sampel ini terdiri dari 29 perusahaan *high profile* dan 29 perusahaan *low profile*. Bila dilihat dari ukuran perusahaan, sampel yang terpilih dalam penelitian ini memiliki keragaman. Keragaman ukuran perusahaan sampel sebagaimana ditunjukkan oleh nilai total aktiva perusahaan tersebut disajikan dalam tabel 1.

Tabel 1
Komposisi Sampel Berdasarkan Ukuran Perusahaan

Nilai Aktiva (miliar rupiah)	<i>High Profile</i>		<i>Low Profile</i>		Total	
	Σ	%	Σ	%	Σ	%
≥ 5.000	2	6,90	2	6,90	4	6,90
4.000 – 4.999	0	0	1	3,45	1	1,72
3.000 – 3.999	0	0	0	0	0	0
2.000 – 2.999	4	13,79	5	17,24	9	15,52
1.000 – 1.999	6	20,69	8	27,59	14	24,14
500 – 999	5	17,24	4	13,79	9	15,52
≤ 500	12	41,38	9	31,03	21	36,21
Jumlah	29	100	29	100	58	100

Statistik Deskriptif

Dari nilai rata-rata pengungkapan yang disajikan pada tabel 2, terlihat bahwa tema yang paling sedikit diungkap oleh perusahaan sampel adalah tema lingkungan dan energi, sedangkan tema yang paling banyak diungkap oleh perusahaan sampel adalah tema ketenagakerjaan. Kondisi yang sama juga ditemukan pada kedua tipe industri saat dilakukan pengamatan secara terpisah sebagaimana ditunjukkan oleh tabel 3 dan tabel 4.

Tabel 2
Statistik Deskriptif Pengungkapan Sosial Perusahaan Sampel

Tema Pengungkapan	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviasi
Konsumen dan Produk	58	1	5	3,6552	1,2780
Lingkungan dan Energi	58	0	8	1,6724	1,7309
Mitra Bisnis	58	3	4	3,6379	0,4848
Pemegang Saham	58	3	5	4,1207	0,4983
Kemasyarakatan	58	1	8	3,3793	1,5653
Ketenagakerjaan	58	3	10	6,2586	1,8690
Total Pengungkapan	58	14	36	22,7241	4,5065

Tabel 3
Statistik Deskriptif Pengungkapan Sosial Perusahaan *High Profile*

Tema Pengungkapan	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviasi
Konsumen dan Produk	29	1	5	3,6897	1,2846
Lingkungan dan Energi	29	0	8	2,2069	2,0767
Mitra Bisnis	29	3	4	3,5172	0,5085
Pemegang Saham	29	3	5	4,1034	0,4888
Kemasyarakatan	29	2	8	3,4828	1,5029
Ketenagakerjaan	29	3	10	6,7241	1,9438
Total Pengungkapan	29	14	36	23,7241	4,9562

Tabel 4
Statistik Deskriptif Pengungkapan Sosial Perusahaan *Low Profile*

Tema Pengungkapan	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviasi
Konsumen dan Produk	29	1	5	3,6207	1,2932
Lingkungan dan Energi	29	0	5	1,1379	1,0930
Mitra Bisnis	29	3	4	3,7586	0,4355
Pemegang Saham	29	3	5	4,1379	0,5158
Kemasyarakatan	29	1	7	3,2759	1,6453
Ketenagakerjaan	29	3	9	5,7931	1,6983
Total Pengungkapan	29	14	29	21,7241	3,8350

Pemetaan Pengungkapan Sosial

Berdasarkan hasil penelusuran terhadap laporan tahunan perusahaan-perusahaan sampel edisi tahun 1999, gambaran tentang praktek pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan publik di Indonesia akan ditunjukkan oleh tabel 5, 6, 7, dan tabel 8 berikut ini.

Tabel 5
Prosentase Perusahaan *High Profile* yang Melakukan Pengungkapan Sosial
Berdasarkan Tema dan Lokasi dalam Laporan Tahunan (%)

Tema Pengungkapan	Lokasi dalam Laporan Tahunan				
	<i>Overview</i>	LM	IKP	DAM	CLK
Konsumen dan Produk	65,52	86,21	13,79	34,48	62,07
Lingkungan dan Energi	10,34	65,52	0	27,59	65,52
Mitra Bisnis	41,38	86,21	0	13,79	100
Pemegang Saham	65,52	96,55	96,55	13,79	100
Kemasyarakatan	24,14	72,41	6,90	27,59	100
Ketenagakerjaan	31,03	96,55	0	24,14	100

Keterangan: LM=laporan manajemen; IKP=ikhtisar keuangan penting; DAM=diskusi dan analisis manajemen; CLK=catatatan atas laporan keuangan

Tabel 6
Prosentase Perusahaan *Low Profile* yang Melakukan Pengungkapan Sosial
Berdasarkan Tema dan Lokasi dalam Laporan Tahunan (%)

Tema Pengungkapan	Lokasi dalam Laporan Tahunan				
	<i>Overview</i>	LM	IKP	DAM	CLK
Konsumen dan Produk	44,83	93,10	6,90	31,03	55,17
Lingkungan dan Energi	13,79	62,07	0	20,69	41,38
Mitra Bisnis	55,17	86,21	0	17,24	100
Pemegang Saham	51,72	96,55	96,55	10,34	100
Kemasyarakatan	13,79	72,41	6,90	10,34	100
Ketenagakerjaan	6,90	100	6,90	3,34	100

Urutan lokasi pengungkapan mulai dari bagian laporan tahunan yang paling banyak dimanfaatkan oleh perusahaan *high profile* dalam melakukan pengungkapan sosialnya adalah (1) catatan atas laporan keuangan, (2) laporan manajemen, (3) *overview*, (4) diskusi dan analisis manajemen, dan (5) ikhtisar keuangan penting. Sedangkan pada perusahaan *low profile* susunan yang diperoleh adalah (1) laporan manajemen, (2) catatan atas laporan keuangan, (3) *overview*, (4) ikhtisar keuangan penting, dan (5) diskusi dan analisis manajemen.

Jadi, berdasarkan data pada tabel 5 dan tabel 6, dapat disimpulkan bahwa lokasi yang paling banyak digunakan oleh seluruh perusahaan sampel untuk melakukan pengungkapan sosialnya pada laporan tahunan adalah bagian catatan atas laporan keuangan, diikuti oleh bagian laporan manajemen, *overview*, ikhtisar keuangan penting, serta diskusi dan analisis manajemen.

Tabel 7
Prosentase Perusahaan *High Profile* yang Melakukan Pengungkapan Sosial Berdasarkan Tema dan Tipe Pengungkapan (%)

Tema Pengungkapan	Tipe Pengungkapan		
	Naratif Kualitatif	Kuantitatif	Moneter
Konsumen dan Produk	93,10	44,83	65,52
Lingkungan dan Energi	89,66	3,45	10,34
Mitra Bisnis	93,10	0	100
Pemegang Saham	93,10	100	100
Kemasyarakatan	86,21	3,45	100
Ketenagakerjaan	93,10	100	100

Tabel 8
Prosentase Perusahaan *Low Profile* yang Melakukan Pengungkapan Sosial Berdasarkan Tema dan Tipe Pengungkapan (%)

Tema Pengungkapan	Tipe Pengungkapan		
	Naratif Kualitatif	Kuantitatif	Moneter
Konsumen dan Produk	100	48,28	51,72
Lingkungan dan Energi	75,86	0	3,45
Mitra Bisnis	96,55	6,90	100
Pemegang Saham	96,55	96,55	100
Kemasyarakatan	72,41	13,79	100
Ketenagakerjaan	100	100	93,10

Dari hasil pemetaan pengungkapan sosial berdasarkan tipe pengungkapan yang ditunjukkan oleh tabel 7 dan tabel 8, terlihat adanya keragaman tipe pengungkapan yang digunakan oleh perusahaan-perusahaan sampel dalam melakukan pengungkapan sosialnya. Urutan tipe pengungkapan mulai dari tipe yang paling banyak digunakan oleh seluruh perusahaan sampel untuk mengungkapkan informasi-informasi sosialnya adalah tipe naratif kualitatif, kuantitatif non moneter, dan kuantitatif non moneter, dimana pada masing-masing tipe industri kondisi ini juga berlaku.

Perbedaan Pengungkapan Sosial pada Dua Tipe Industri

Secara keseluruhan, pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia hanya sebesar 41,32%, dimana pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan *high profile* sebesar 43,13% dan perusahaan *low profile* sebesar 39,50%. Rerata pada tabel 9 menunjukkan bahwa total pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan *high profile* (23,7241 item) lebih tinggi daripada perusahaan *low profile* (21,7241 item). Jika dilakukan perbandingan berdasarkan pengungkapan pada masing-masing proksi, kondisi ini tidak ditunjukkan pada proksi pengungkapan dalam tema mitra bisnis dan pemegang saham. Sedangkan pengungkapan sosial pada proksi konsumen dan produk, lingkungan dan energi, kemasyarakatan, dan ketenagakerjaan yang dilakukan oleh perusahaan *high profile* lebih tinggi daripada perusahaan *low profile*.

Bila pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan sampel tersebut diranking berdasarkan rerata pada masing-masing proksi, maka susunan yang diperoleh adalah (1) tema ketenagakerjaan, (2) tema pemegang saham, (3) tema konsumen dan produk, (4) tema mitra bisnis, (5) tema kemasyarakatan dan (6) tema lingkungan hidup dan energi. Tema ketenagakerjaan menempati urutan teratas karena tuntutan publik terhadap perusahaan di bidang ketenagakerjaan relatif lebih menonjol daripada tuntutan di bidang lainnya. Tuntutan ini biasanya berkaitan dengan pemenuhan kesejahteraan karyawan berupa gaji, upah, serta tunjangan kesejahteraan lainnya.

Tabel 9
Rerata dan Prosentase Pengungkapan Sosial pada Seluruh Tema

Tipe Industri	Proksi	Total	Rerata	Σ Item	% dari Σ Item
<i>High Profile</i>	Konsumen dan Produk	107	3,6897	5	73,79
	Lingkungan dan Energi	64	2,2069	10	22,07
	Mitra Bisnis	102	3,5172	5	70,34
	Pemegang Saham	119	4,1034	5	82,07
	Kemasyarakatan	101	3,4828	10	34,83
	Ketenagakerjaan	195	6,7241	20	33,62
	Total Pengungkapan	688	23,7241	55	43,13
<i>Low Profile</i>	Konsumen dan Produk	105	3,6207	5	72,41
	Lingkungan dan Energi	33	1,1379	10	11,38
	Mitra Bisnis	109	3,7586	5	75,17
	Pemegang Saham	120	4,1379	5	82,76
	Kemasyarakatan	95	3,2759	10	32,76
	Ketenagakerjaan	168	5,7931	20	28,97
	Total Pengungkapan	630	21,7241	55	39,50
Total	Konsumen dan Produk	212	3,6552	5	73,10
	Lingkungan dan Energi	97	1,6724	10	16,72
	Mitra Bisnis	211	3,6379	5	73,76
	Pemegang Saham	239	4,1207	5	82,41
	Kemasyarakatan	196	3,3793	10	33,79
	Ketenagakerjaan	363	6,2586	20	31,29
	Total Pengungkapan	1318	22,7241	55	41,32

Kondisi ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Trotman (1979), Andrew *et. al.* (1989), Guthrie dan Parker (1990), dan Muhammad Muslim Utomo (2000) yang menunjukkan bahwa pengungkapan sosial yang paling banyak diungkap oleh perusahaan adalah yang berhubungan dengan tema ketenagakerjaan.

Namun, susunan di atas berubah jika dilakukan ranking berdasarkan prosentase pengungkapan dari masing-masing proksi, yaitu: (1) tema pemegang saham, (2) tema konsumen dan produk, (3) tema mitra bisnis, (4) tema kemasyarakatan, (5) tema ketenagakerjaan, dan (6) tema lingkungan dan energi. Tema ketenagakerjaan tidak lagi menempati urutan pertama karena meskipun jumlah item yang diungkap pada tema ini sudah cukup tinggi, namun apabila dilakukan prosentase terhadap seluruh item yang harus diungkap, pengungkapan pada tema ini masih rendah.

Pengungkapan pada tema lingkungan hidup dan energi menempati urutan yang paling rendah baik diranking berdasarkan rerata maupun prosentase karena umumnya item-item pada tema ini hanya berlaku untuk perusahaan manufaktur.

Tabel 10
Hasil Uji Z Perbedaan Pengungkapan Sosial antara Perusahaan *High Profile* dan *Low Profile* dengan Taraf Signifikansi 5%

Proksi	$Z_{\alpha/2}$	Z_{α}	Z hitung	Keputusan pada H_1	Keputusan pada H_2
nsumen dan Produk	1,960	1,645	0,2283	Tolak	Tolak
gkungan dan Energi	1,960	1,645	2,7476	Terima	Terima
tra Bisnis	1,960	1,645	-2,1748	Terima	Tolak
megang Saham	1,960	1,645	-0,2928	Tolak	Tolak
masyarakatan	1,960	1,645	0,5600	Tolak	Tolak
tenagakerjaan	1,960	1,645	2,1756	Terima	Terima
tal Pengungkapan	1,960	1,645	1,9250	Tolak	Terima

Tabel 11
Hasil Uji Z Perbedaan Pengungkapan Sosial antara Perusahaan *High Profile* dan *Low Profile* dengan Taraf Signifikansi 10%

Proksi	$Z_{\alpha/2}$	Z_{α}	Z hitung	Keputusan pada H_1	Keputusan pada H_2
Konsumen dan Produk	1,645	1,282	0,2283	Tolak	Tolak
Lingkungan dan Energi	1,645	1,282	2,7476	Terima	Terima
Mitra Bisnis	1,645	1,282	-2,1748	Terima	Tolak
Pemegang Saham	1,645	1,282	-0,2928	Tolak	Tolak
Kemasyarakatan	1,645	1,282	0,5600	Tolak	Tolak
Ketenagakerjaan	1,645	1,282	2,1756	Terima	Terima
Total Pengungkapan	1,645	1,282	1,9250	Terima	Terima

a. Hasil uji Z pada total pengungkapan sosial

Pengujian terhadap hipotesis alternatif H_1 dengan taraf signifikansi 0,05 menunjukkan nilai Z hitung untuk total pengungkapan sebesar 1,925, angka ini lebih kecil daripada $Z_{\alpha/2}$ yaitu 1,960 sehingga pada kurva normal nilai Z hitung tersebut berada pada daerah penerimaan H_0 atau daerah penolakan H_1 . Hipotesis alternatif H_1 ditolak artinya tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara pengungkapan sosial pada laporan tahunan yang dilakukan oleh perusahaan *high profile* dan perusahaan *low profile* jika dilakukan perbandingan total pengungkapan sosial pada laporan tahunan antara kedua tipe industri tersebut. Sedangkan hasil pengujian terhadap hipotesis alternatif H_1 dengan taraf signifikansi 0,10 menunjukkan bahwa nilai Z hitung untuk total pengungkapan sebesar 1,925 ini lebih besar daripada nilai $Z_{\alpha/2}$ yaitu 1,645 sehingga berada pada daerah penolakan H_0 atau daerah penerimaan H_1 . Hasil pengujian ini berbeda dengan hasil pengujian di atas. Jadi, pada tingkat kepercayaan yang lebih kecil dengan tingkat kesalahan 10% hipotesis alternatif H_1 diterima, artinya terdapat perbedaan yang signifikan antara pengungkapan sosial pada laporan tahunan yang dilakukan oleh perusahaan *high profile* dan perusahaan *low profile* jika dilakukan perbandingan total pengungkapan sosial antara kedua jenis industri tersebut.

Pengujian terhadap hipotesis alternatif H_2 dengan taraf signifikansi yang berbeda yaitu 0,05 dan 0,10 sebagaimana ditunjukkan oleh tabel 10 dan tabel 11 menunjukkan hasil yang konsisten. Pada pengujian dengan taraf signifikansi 0,05, nilai Z hitung 1,925 untuk total pengungkapan tersebut lebih besar dari nilai Z_{α} yaitu 1,645, maka pada kurva normal nilai Z hitung ini akan berada pada daerah penolakan H_0 atau daerah penerimaan H_2 . Demikian pula hasil pengujian terhadap hipotesis alternatif H_2 dengan taraf signifikansi 0,10 yang menunjukkan bahwa nilai Z hitung untuk total pengungkapan 1,925 lebih besar dari nilai Z_{α} yaitu 1,282, sehingga pada kurva normal nilai Z hitung ini akan berada pada daerah penolakan H_0 atau daerah penerimaan H_2 . Hipotesis H_2 diterima artinya total pengungkapan sosial pada laporan tahunan yang dilakukan oleh perusahaan *high profile* lebih tinggi daripada perusahaan *low profile*.

b. Hasil uji Z pada masing-masing proksi

Berdasarkan pengujian parsial yang dilakukan pada masing-masing proksi, hasil uji Z terhadap hipotesis alternatif H_1 dan H_2 dengan taraf signifikansi yang berbeda yaitu 0,05 dan 0,10 menunjukkan hasil yang konsisten. Hasil pengujian terhadap hipotesis alternatif H_1 dan H_2 yang diperoleh berbeda-beda untuk masing-masing proksi.

Hasil pengujian tersebut sebagaimana disajikan pada tabel 10 dan tabel 11 menunjukkan bahwa perbedaan pengungkapan sosial pada laporan tahunan antara perusahaan *high profile* dan perusahaan *low profile* hanya terjadi pada tema lingkungan dan energi, mitra bisnis, dan ketenagakerjaan. Sedangkan hasil pengujian pada tiga proksi lainnya yaitu konsumen dan produk, pemegang saham, dan kemasyarakatan tidak menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan antara kedua jenis industri tersebut. Artinya, perhatian perusahaan terhadap ketiga proksi tersebut tidak dipengaruhi oleh perbedaan tipe industri dari perusahaan-perusahaan itu.

Hipotesis alternatif H_2 diterima pada pengujian terhadap proksi lingkungan dan energi serta ketenagakerjaan. Jadi, pengungkapan sosial pada laporan tahunan yang dilakukan oleh perusahaan *high profile* lebih tinggi daripada perusahaan *low profile* pada tema lingkungan dan energi serta ketenagakerjaan. Sedangkan pada empat proksi lainnya yaitu konsumen dan produk, mitra bisnis, pemegang saham, dan kemasyarakatan, pernyataan pada hipotesis alternatif H_2 tersebut ditolak.

Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu

Penelitian terhadap praktek pengungkapan sosial pada laporan tahunan perusahaan di Indonesia berupa studi perbandingan antara perusahaan-perusahaan *high profile* dan *low profile* telah dilakukan sebelumnya oleh Muhammad Muslim Utomo. Adapun penelitian ini memiliki beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian tersebut.

Hasil pemetaan terhadap praktek pengungkapan sosial berdasarkan tema, lokasi dan tipe pengungkapan pada kedua penelitian di atas menunjukkan hasil yang hampir sama, namun ada sedikit perbedaan. Persamaan dan perbedaan pada hasil pemetaan tersebut akan disajikan secara lebih terinci pada tabel 13 di mana pada tabel ini akan

Tabel 12
Perbandingan antara Penelitian Terdahulu dan Sekarang

Perbandingan	Penelitian Terdahulu	Penelitian Sekarang
Populasi	303 perusahaan publik yang terdaftar di BEJ dan BES	278 perusahaan publik yang terdaftar di BEJ
Sampel	Total sampel 81 perusahaan yang terdiri dari 39 perusahaan <i>high profile</i> dan 42 perusahaan <i>low profile</i>	Total sampel 58 perusahaan yang terdiri dari 29 perusahaan <i>high profile</i> dan 29 perusahaan <i>low profile</i>
Laporan tahunan	1998	1999
Jumlah item pengungkapan	30 item	55 item
Proksi pengungkapan	3 proksi	6 proksi
Lokasi pengungkapan	6 lokasi	5 lokasi
Tipe pengungkapan	3 tipe	3 tipe

Tabel 13
Perbandingan Hasil Pemetaan Praktek Pengungkapan Sosial Penelitian
Terdahulu dan Sekarang

Hasil Pemetaan	Penelitian Terdahulu	Penelitian Sekarang
Tema pengungkapan	Ketenagakerjaan, kemasyarakatan, produk dan konsumen	Ketenagakerjaan, pemegang saham, konsumen dan produk, mitra bisnis, kemasyarakatan, lingkungan hidup dan energi
Lokasi pengungkapan	Catatan atas laporan keuangan, surat dari dewan direksi, surat dari dewan komisaris, <i>feature</i> , diskusi dan analisis manajemen, <i>overview</i>	Catatan atas laporan keuangan, laporan manajemen, <i>overview</i> , ikhtisar keuangan penting, diskusi dan analisis manajemen
Tipe pengungkapan	Naratif kualitatif, kuantitatif moneter, kuantitatif non moneter	Naratif kualitatif, kuantitatif moneter, kuantitatif non moneter

disajikan susunan ranking berdasarkan tema, lokasi dan tipe pengungkapannya.

Sedangkan hasil uji Z terhadap total pengungkapan sosial pada kedua penelitian ini berhasil membuktikan adanya perbedaan praktek pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan *high profile* dan perusahaan *low profile*, dimana pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan *high profile* lebih tinggi daripada perusahaan *low profile*.

Hasil pengujian parsial pada penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa perbedaan praktek pengungkapan sosial antara kedua tipe industri tersebut hanya terjadi pada tema produk dan konsumen dan hanya pada tema inilah pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan *high profile* lebih tinggi daripada perusahaan *low profile*, namun hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa perbedaan pengungkapan terjadi pada tiga tema yaitu tema lingkungan dan energi, mitra bisnis, dan ketenagakerjaan, dimana pada tema lingkungan dan energi serta tema ketenagakerjaan pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan *high profile* lebih tinggi daripada perusahaan *low profile*.

KESIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN

Kesimpulan

1. Tingkat pengungkapan sosial di Indonesia masih relatif rendah yaitu 41,32%. Rendahnya tingkat pengungkapan ini mungkin karena belum dimanfaatkannya laporan tahunan sebagai media komunikasi antara perusahaan dengan para *stakeholders* oleh sebagian besar perusahaan. Pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan paling banyak ditemui pada bagian catatan atas laporan keuangan dan tipe pengungkapan yang paling banyak digunakan adalah tipe naratif kualitatif.
2. Dari enam proksi yang diteliti, tema ketenagakerjaan merupakan tema yang paling banyak diungkap, baik pada industri *high profile* maupun *low profile* dengan rata-rata pengungkapan masing-masing sebesar 6,721 dan 5,7931 item. Pengungkapan yang paling rendah adalah pengungkapan pada tema lingkungan hidup dan energi.
3. Hasil uji Z terhadap H_1 dengan taraf signifikansi 0,05 tidak menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan antara total pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan *high profile* dan *low profile*. Tetapi pengujian pada taraf signifikansi 0,10 berhasil membuktikan adanya perbedaan yang signifikan antara total pengungkapan sosial pada laporan tahunan yang dilakukan oleh kedua tipe industri tersebut. Sedangkan hasil uji Z terhadap H_2 dengan

taraf signifikan 0,05 maupun 0,10 menunjukkan bahwa total pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan *high profile* lebih tinggi dari perusahaan *low profile*.

4. Pengujian parsial terhadap masing-masing proksi dengan taraf signifikansi 0,05 dan 0,10 menunjukkan bahwa perbedaan pengungkapan sosial antara kedua tipe industri yang diuji hanya terjadi pada proksi lingkungan dan energi, mitra bisnis, dan ketenagakerjaan, sedangkan pada proksi konsumen dan produk, pemegang saham, dan kemasyarakatan tidak ditemukan adanya perbedaan yang signifikan. Pengungkapan pada tema lingkungan dan energi serta ketenagakerjaan yang dilakukan oleh perusahaan *high profile* lebih tinggi daripada perusahaan *low profile*.

Keterbatasan Penelitian

- (1) Penyusunan daftar pengungkapan sosial yang digunakan sebagai instrumen dalam melakukan penelusuran terhadap laporan tahunan perusahaan-perusahaan sampel cenderung bersifat subjektif dan memungkinkan adanya item-item tertentu yang seharusnya diungkap oleh perusahaan terlewatkan dalam penelitian ini.
- (2) Kesulitan untuk menunjukkan perbedaan kualitas pengungkapan antara perusahaan satu dengan lainnya karena penggunaan sistem *checklist* dalam melakukan pemetaan pengungkapan sosial.
- (3) Kesulitan untuk mendapatkan data-data yang lengkap karena adanya beberapa laporan tahunan dari perusahaan sampel yang tidak tersedia di Bursa Efek Jakarta.

Saran

1. Kepada peneliti lain, penulis menyarankan agar daftar pengungkapan sosial yang digunakan sebagai instrumen penelitian dapat senantiasa diperbaharui dan disempurnakan.
2. Supaya dapat memberikan gambaran yang lebih luas dan jelas mengenai praktek pengungkapan sosial yang dilakukan oleh suatu perusahaan, hendaknya dikembangkan suatu metode penelitian yang dapat memenuhi tujuan tersebut.

3. Kepada dunia usaha, penulis menyarankan agar perusahaan-perusahaan dapat menjaga keselarasan sosial dengan lingkungan sosialnya serta meningkatkan pemberdayaan laporan tahunan sebagai media komunikasi dan pertanggungjawaban yang tidak hanya ditujukan kepada *stockholders* tetapi juga kepada para *stakeholders* dalam rangka melakukan pertanggungjawaban sosial kepada masyarakat.
4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan yang paling rendah ada pada tema lingkungan hidup dan energi, oleh karena itu penulis menyarankan agar perusahaan-perusahaan dapat meningkatkan perhatiannya pada tema ini tanpa mengabaikan tema lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Deegan, Craig and Ben Gorgon, 1996, A Study of the Environmental Disclosure Practice of Australian Corporations, *Accounting and Business Research*, Vol. 26 No. 3, pp 187-199
- Siegel, Gary and Helene Ramanauskas Marconi, 1989, *Behavioral Accounting*, Ohio: South Western Publishing Co
- Global Reporting Initiative (GRI)- Coalition for Environmentally Responsible Economies (CERES), 2000, *Sustainability Reporting Guidelines*, Boston: CERES and GRI Secretariat
- Harahap, Sofyan Syafri, 1993, *Teori Akuntansi*, Edisi Kesatu, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Henderson, Scot and Graham Peirson, 1998, *Issues in Financial Accounting*, 8th ed, South Melbourne: Longman
- IAI, 1999, *Standar Akuntansi Keuangan*, Buku Satu, Jakarta: Salemba Empat
- BEJ, 1999, *JSX Monthly Statistics*, Vol. 8 No. 12, PT Bursa Efek Jakarta
- New Economic Foundation (NEF), 1999, *GRI Sustainability Reporting Guidelines: Draft Technical Note on Social Indicator*, <www.globalreporting.org>
- Utomo, Muhammad Muslim, 2000, *Praktek Pengungkapan Sosial pada Laporan Tahunan Perusahaan di Indonesia: Studi Perbandingan Antara Perusahaan-Perusahaan High-Profile dan Low-Profile*, paper yang dipresentasikan pada Seminar Nasional Akuntansi, Jakarta