

Bab 3

PENGEMBANGAN HIPOTESIS DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Pengembangan Hipotesis

Untuk mendapatkan bukti empiris apakah kinerja perusahaan baik berbasis akuntansi maupun berbasis pasar saham mempunyai pengaruh positif terhadap pengungkapan aspek sosial perusahaan, maka diperlukan beberapa hipotesis yang dapat digunakan dalam penelitian. Berikut adalah hipotesis yang akan digunakan:

Accounting-Based Performance Measures

Berbagai penelitian telah dilakukan untuk melihat hubungan antara kinerja keuangan berbasis akuntansi dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Pengukuran kinerja keuangan berbasis akuntansi dapat menggunakan berbagai rasio keuangan. Menurut Heinze (1976), profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham (Hackston & Milne, 1996; dalam Anggraini, 2006). Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan aspek sosial perusahaan (Bowman & Haire, 1976; dan Preston, 1978; dalam Hackston & Milne, 1996).

Hackston & Milne (1996) menemukan tidak ada hubungan yang signifikan antara tingkat profitabilitas dengan pengungkapan aspek sosial perusahaan. Tetapi

Waddock & Graves (1997), dengan menggunakan *return on assets* sebagai rasio profitabilitas, menemukan hubungan yang positif dan signifikan antara kinerja keuangan perusahaan pada tahun sebelumnya dan kinerja sosial perusahaan saat ini. Penelitian Waddock & Graves (1997) ini mendukung teori *slack resources* yang digunakan pula oleh McGuire (1988).

Teori *slack resources* mengungkapkan: “better financial performance potentially result in the availability of slack (financial or others) resources that provide the opportunity for companies to invest in social performance domain...”. Jadi, ketika tersedia *slack resources* dalam perusahaan, alokasi dari sumber daya tersebut pada wilayah kinerja sosial seperti lingkungan dan sumber daya manusia akan menghasilkan kinerja sosial yang lebih baik. Dengan kata lain kinerja keuangan yang lebih baik dapat menjadi alat yang tepat untuk memprediksi kinerja sosial yang lebih baik pula.

Berdasarkan penelitian tersebut, maka peneliti akan menggunakan rasio *return on assets* untuk melihat hubungan kinerja keuangan berbasis akuntansi dan pengungkapan aspek sosial perusahaan yang mendukung teori *slack resources* pada penelitian Waddock & Graves.

Dari penjelasan di atas, maka dibentuklah hipotesis berikut ini:

H1: ROA berpengaruh positif terhadap pengungkapan aspek sosial perusahaan.

Market-Based Performance Measures

Menurut Murray et al (2006), teori yang jelas yang dapat menguraikan hubungan antara kinerja pasar perusahaan dengan keputusan pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan dinilai masih sangat minim.

Penelitian yang dilakukan oleh Milne & Patten (2002) menemukan bahwa pelaporan lingkungan tertentu mempengaruhi persepsi investor dengan melegitimasi aktivitas operasi perusahaan. Penelitian yang dilakukan Blacconiere & Patten (1994) melaporkan bahwa perusahaan-perusahaan di industri kimia dengan pengungkapan lingkungan yang ekstensif sebelum bencana Bhopal pada tahun 1994 memperlihatkan reaksi pasar yang negatif yang lebih kecil dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan yang kurang mengungkapkan isu lingkungannya. Namun penelitian Murray et al (2006) tentang pengungkapan sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan 100 perusahaan teratas di Inggris tidak dapat mendukung hubungan antara imbal hasil pasar (market returns) dan pelaporan sosial dan lingkungan.

Jones et al. (2007) mengungkapkan bahwa perusahaan dengan tingkat pengembalian yang tinggi dan konsisten akan menyediakan tingkat pengungkapan aspek sosial yang tinggi pula. Hal ini dikarenakan perusahaan memiliki kemampuan untuk mengalihkan sumber daya yang dimiliki kepada proyek-proyek yang berorientasi sosial. Sehingga, perusahaan yang menghasilkan tingkat pengembalian saham yang tinggi akan mengungkapkan aspek sosial perusahaan yang lebih luas.

Konsisten dengan pengukuran kinerja berbasis akuntansi, maka pengukuran kinerja berbasis pasar saham juga akan mencoba mendukung teori *slack resources* untuk memperlihatkan hubungannya dengan pengungkapan aspek sosial perusahaan. Dan dengan keterbatasan penelitian-penelitian terdahulu, peneliti mencoba

menggunakan harga saham sebagai alat ukur kinerja berbasis pasar saham. Maka, dikembangkanlah hipotesis berikut ini:

H2: Harga saham berpengaruh positif terhadap pengungkapan aspek sosial perusahaan.

Tingkat Resiko

Anggraini (2006) mengungkapkan, teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi (Jensen & Meckling, 1976). Tambahan informasi diperlukan untuk menghilangkan keraguan pemegang obligasi terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur [Schipper (1981) dalam Marwata (2001) dan Meek, et al (1995) dalam Fitriany (2001)]. Sehingga, perusahaan dengan resiko tinggi, yang dicerminkan oleh rasio *leverage* yang tinggi, akan mengungkapkan aspek sosial perusahaan lebih banyak dibanding perusahaan yang memiliki tingkat resiko yang rendah.

Sebaliknya, McGuire et al. (1988) mengungkapkan bahwa perusahaan yang mempunyai level tanggung jawab sosial yang rendah dianggap memiliki resiko yang lebih besar, sementara perusahaan dengan level tanggung jawab sosial yang tinggi dianggap lebih tidak beresiko. Hal ini juga diungkapkan oleh Spicer (1978) dalam McGuire et al. (1988), bahwa perusahaan yang memiliki level kinerja sosial yang tinggi, ketika diukur dengan aktivitas kontrol polusi, memiliki resiko total dan resiko sistematis yang lebih rendah dibandingkan perusahaan dengan level tanggung jawab sosial yang lebih rendah.

Penelitian tersebut didukung oleh Anggraini (2006) yang mengatakan bahwa semakin tinggi *leverage*, kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang. Kontrak utang biasanya berisi tentang ketentuan bahwa perusahaan harus menjaga tingkat *leverage* tertentu, *interest coverage*, modal kerja dan ekuitas pemegang saham (Watt & Zimmerman, 1990; dalam Scott, 1997). Untuk mengurangi kemungkinan melanggar perjanjian utang, perusahaan akan berusaha melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba di masa depan (Belkaoui & Karpik, 1989; dalam Aggraini, 2006). Supaya laba yang dilaporkan tinggi maka manajer harus mengurangi biaya-biaya (termasuk biaya untuk mengungkapkan informasi sosial).

Sehingga, semakin tinggi tingkat resiko perusahaan, semakin kecil jumlah pengungkapan sosial perusahaan karena perusahaan berusaha untuk mengurangi biaya pengungkapan informasi sosialnya dalam rangka mencapai laba pelaporan yang tinggi, agar kemungkinan pelanggaran kontrak utang dapat dikurangi.

Dari penjelasan tersebut, maka dibentuklah hipotesis berikut ini:

H3: *Debt to equity* perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan aspek sosial perusahaan.

Ukuran Perusahaan

Perusahaan besar cenderung berada dalam pengawasan yang ketat dari publik dibanding perusahaan kecil dan mendapatkan tekanan yang besar untuk mengungkapkan informasi sosial yang lebih banyak untuk mendapatkan persetujuan

atas tindakan perusahaan dan dalam rangka mempertahankan keberlangsungan perusahaan (Cowen, Ferreri, & Parker, 1987; Guthrie & Parker, 1989; dalam Purushotaman et al., 2000).

Purushotaman et al. (2000) mengungkapkan, beberapa penelitian terdahulu telah mengindikasikan adanya hubungan positif antara ukuran perusahaan dan jumlah informasi tanggung jawab sosial yang diungkapkan (Patten, 1991; Teoh & Thong, 1984; Foo & Tan, 1988; Cooke, 1989). Degan & Gordon (1996) juga menemukan adanya hubungan antara ukuran perusahaan dan level pengungkapan informasi sosial tetapi hanya pada perusahaan yang berada dalam industri yang sensitif terhadap lingkungan.

Stanwick & Stanwick (1998) juga mengungkapkan bahwa perusahaan besar menerima tingkat perhatian yang tinggi dari publik umum, yang pada akhirnya mendorong perusahaan untuk memiliki tingkat kinerja sosial yang tinggi pula.

Untuk penelitian ini, ukuran perusahaan akan menggunakan proksi logaritma natural total aset.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dibentuklah hipotesis berikut ini:

H4: Logaritma natural total aset berpengaruh positif terhadap pengungkapan aspek sosial perusahaan.

Karakteristik Perusahaan

Industri yang *high profile* adalah industri yang memiliki visibilitas konsumen, resiko politis yang tinggi, atau menghadapi persaingan yang tinggi (Roberts, 1992; Hackston & Milne, 1996; dalam Anggraini, 2006). Sehingga, *high profile company*

akan mengungkapkan aktivitas sosial yang lebih banyak dibandingkan perusahaan yang tergolong pada *low profile company*.

Preston (1977) dalam Hackston & Milne (1996) mengatakan bahwa perusahaan yang memiliki aktivitas ekonomi yang memodifikasi lingkungan, seperti industri ekstraktif, lebih mungkin mengungkapkan informasi mengenai dampak lingkungan dibandingkan industri yang lain (Anggraini, 2006). Pengungkapan tersebut dimaksudkan untuk memperlihatkan kepedulian perusahaan akan dampak operasionalnya terhadap lingkungan, dan menjaga serta meningkatkan *image* perusahaan di mata masyarakat sekitar, organisasi-organisasi lingkungan, dan pemerintah.

Perusahaan yang orientasi utamanya adalah konsumen, seperti industri pariwisata dan perhotelan, juga akan mengungkapkan aktivitas sosial, karena akan meningkatkan *image* perusahaan di mata pelanggan yang pada akhirnya berpengaruh pada penjualan perusahaan (Cowen, et al., 1987; Hackston & Milne, 1996; dalam Anggraini, 2006).

Namun, berbagai penelitian terdahulu mengelompokkan industri, apakah termasuk *high profile industry* atau *low profile industry* dengan pengelompokan yang berbeda-beda. Roberts (1992) mengelompokkan perusahaan otomotif, penerbangan dan minyak sebagai industri yang *high-profile*, sedangkan Diekers & Perston (1977) mengatakan bahwa industri ekstraktif merupakan industri yang *high-profile* (Hackston & Milne, 1996; dalam Anggraini, 2006). Patten (1991) dalam Hackston & Milne (1996) mengelompokkan industri pertambangan, kimia dan kehutanan sebagai industri yang *high-profile* (Anggraini, 2006). Dan Anggraini (2006) mengelompokkan industri konstruksi, pertambangan, pertanian, kehutanan, perikanan,

kimia, otomotif, barang konsumsi, makanan dan minuman, kertas, farmasi dan plastik sebagai industri yang *high-profile*.

Dengan mempertimbangkan definisi serta pengelompokan penelitian terdahulu, peneliti mengelompokkan industri pertambangan, kimia, kehutanan, kertas, otomotif, penerbangan, agrobisnis, rokok, makanan dan minuman, media, energi, kesehatan, dan pariwisata sebagai *high-profile industry*.

Dari penjelasan di atas, maka dibentuklah hipotesis berikut ini:

H5: Karakteristik perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan aspek sosial perusahaan.

Status Perusahaan

Menurut Cooke (1991) dalam Purushotaman et al. (2000), perusahaan yang terdaftar di lebih dari satu bursa efek akan mengungkapkan lebih banyak informasi sosial dengan tujuan menarik modal dalam jumlah yang lebih besar. Alasan lainnya juga karena kemungkinan adanya persyaratan atau peraturan pendaftaran tambahan dari pasar dunia untuk mengungkapkan informasi sosial lebih banyak (Cooke, 1989; Meek & Gray, 1995; dalam Purushotaman, 2000). Menurut Cooke (1991), salah satu tujuan perusahaan yang terdaftar di beberapa bursa efek untuk mengungkapkan lebih banyak informasi sosial dalam laporan tahunannya adalah untuk mengurangi konflik antara *agent* dan *principal* (Purushotaman, 2000). Purushotaman (2000) mengungkapkan bahwa ketika satu wilayah yurisdiksi meminta perusahaan untuk mengungkapkan informasi tertentu, perusahaan akan mengungkapkan informasi yang

sama di seluruh wilayah yurisdiksi dimana ia tercatat, meskipun pengungkapan tersebut tidak diharuskan di wilayah yurisdiksi lainnya.

Penelitian ini akan memodifikasi status pencatatan perusahaan (listing status) pada penelitian-penelitian terdahulu menjadi status penanaman modal perusahaan, apakah perusahaan tergolong Penanaman Modal Asing atau Penanaman Modal Dalam Negeri (selanjutnya disebut status perusahaan). Logika yang mendasari hubungan status perusahaan dan pengungkapan aspek sosial perusahaan dengan penelitian-penelitian di atas adalah sama.

Perusahaan yang tergolong perusahaan PMA (Penanaman Modal Asing) akan mengungkapkan aspek sosial perusahaan yang lebih banyak dibanding perusahaan yang dikelompokkan pada perusahaan PMDN (Penanaman Modal Dalam Negeri). Perusahaan PMA beroperasi di lebih dari satu negara, sehingga terdapat kemungkinan bahwa negara tertentu memiliki peraturan perundang-undangan tentang pengungkapan informasi sosial perusahaan yang lebih komprehensif dibandingkan dengan negara lain.

Berdasarkan penjelasan di atas, dibentuklah hipotesis berikut ini:

H6: Status perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan aspek sosial perusahaan.

3.2. Sampel dan Data

3.2.1. Sampel

Unit analisis dari penelitian ini adalah perusahaan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sampel diambil dari populasi yang ada pada periode 2006.

Metode pemilihan sampel yang peneliti gunakan adalah *disproportionate stratified random sampling*. Metode ini melibatkan proses stratifikasi atau pemisahan, dilanjutkan dengan pemilihan acak atas subjek dari tiap-tiap strata. Stratifikasi memastikan homogenitas dalam setiap strata, karena perbedaan variabel dalam strata akan sangat kecil. Namun terdapat heterogenitas (variabilitas) antara strata. Dengan kata lain, perbedaan antara kelompok akan lebih banyak dibanding perbedaan dalam kelompok.

Pemisahan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pemisahan berdasarkan industri yang telah disediakan BEI dalam Indonesian Capital Market Directory 2007 (ICMD). Dalam ICMD, 343 perusahaan publik dikelompokkan ke dalam 12 kelompok industri. Dan dari 12 kelompok industri tersebut, dua di antaranya dipisahkan lagi ke dalam subkelompok. Untuk penelitian ini, peneliti akan mengelompokkan perusahaan-perusahaan yang terdaftar di BEI ke dalam 12 kelompok industri.

Setelah dibagi berdasarkan kelompok industri, sampel dari tiap kelompok diambil dengan tidak terproporsi (*disproportionate*) dari jumlah perusahaan dalam tiap kelompok. Keputusan *disproportionate sampling* diambil karena terdapat kelompok industri dengan jumlah perusahaan di dalamnya yang terlalu besar dibanding

kelompok lain. Selain itu, ketersediaan data dan kemudahan dalam mengakses serta memperoleh data juga diberikan oleh perusahaan-perusahaan dari beberapa kelompok industri dibandingkan dengan kelompok industri lainnya. Oleh karena itu, *disproportionate stratified random sampling* dirasa cukup tepat untuk digunakan dalam memilih sampel penelitian ini.

Berdasarkan metode pemilihan sampel yang digunakan, dari 343 perusahaan publik yang terdaftar di BEI pada tahun 2006, sebanyak 75 perusahaan digunakan sebagai sampel untuk penelitian ini.

3.2.2. Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data-data tersebut diperoleh dari sumber yang telah ada.

Data yg dibutuhkan antara lain: data nominal ROA, harga saham, total aset, *debt to total asset*, dan data *CSR disclosure*.

Data nominal ROA, total aset, dan *debt to total asset* diperoleh dari laporan tahunan dan laporan keuangan tahun 2006 yang telah diaudit. Data harga saham perusahaan diperoleh dari internet dengan mengunjungi situs *Yahoo Finance*. Data harga saham yang digunakan adalah harga saham pada saat 3 bulan sebelum akhir periode laporan tahunan 2006, dengan tanggal akhir periode tiap perusahaan adalah 31 Desember 2006. Data *CSR disclosure* diperoleh dengan mengolah laporan tahunan masing-masing perusahaan. Oleh karena itu, tipe data yang digunakan untuk penelitian ini adalah *cross sectional* karena data yang digunakan merupakan data satu (1) tahun.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Daftar perusahaan diperoleh dari Indonesian Capital Market Directory 2007 yang diterbitkan oleh BEI dan tersedia di perpustakaan FEUI dan kode perusahaan yang terdapat di BEI didapatkan dari harian Kompas dan situs BEI.

Untuk mendapatkan laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan, peneliti melakukan penelusuran ke situs BEI, situs perusahaan, dan data dari OSIRIS yang diakses melalui laboratorium jurusan akuntansi FEUI.

Dan untuk memperoleh data penunjang lainnya yang dapat membantu analisis peneliti dilakukan studi kepustakaan. Data penunjang tersebut didapat melalui berbagai jurnal baik jurnal *online* maupun tidak yang tersedia di situs FEUI dan perpustakaan jurusan akuntansi FEUI. Selain itu, data penunjang juga didapat dari berbagai buku ilmiah yang dapat membantu analisis.

3.4. Metode Analisis

Metode yang digunakan dalam mengukur pengungkapan aspek sosial perusahaan adalah *content analysis*. Menurut Milne dan Adler (1998) dalam Widiastuti (2003), metode ini tetap dapat digunakan untuk mengukur pengungkapan aspek sosial perusahaan meskipun memiliki keterbatasan-keterbatasan dalam penggunaannya. *Content analysis* sendiri dapat diartikan sebagai metode yang mencoba mengkodifikasi teks atau isi dari sebuah tulisan ke dalam beberapa kategori yang ditentukan berdasarkan kriteria tertentu (Weber, 1988; dalam Milne dan Adler, 1998).

Content analysis digunakan untuk membaca isi dari data yang tersedia, kemudian diambil intisarinya melalui proses identifikasi atas pengungkapan yang telah dilakukan, dimana mengindikasikan pentingnya sebuah isu bagi sebuah perusahaan (Krippendorff, 1980; dalam Widiastuti, 2003) dan untuk menurunkan sebuah indikasi atas sebuah pesan atau makna, motivasi-motivasi dan perhatian dari pihak yang mengkomunikasikan atau yang membuat data tersebut ke pihak lain (Gray, Kouhy et. al. 1995b, p. 89; dalam Widiastuti, 2003).

Metode *content analysis* memiliki beberapa kelebihan, antara lain: (Widiastuti, 2003)

1. Dapat melihat sendiri bagaimana kualitas isi dan variasi dari media informasi yang akan dianalisis.
2. *Content analysis* mempunyai tingkat validitas eksternal yang cukup tinggi. Hal ini dikarenakan semua sumber data diperoleh dari pihak luar, sehingga peneliti dapat terhindar dari pengaruh tingkah laku dan fenomena yang sedang diteliti (Krippendorff, p.129).
3. Dapat memilih salah satu atau kombinasi dari unit pengukuran data seperti, kata, kalimat, tema, atau jumlah halaman, sebagai alat analisis yang dapat digunakan pada studi mengenai akuntansi tanggung jawab sosial dan pengungkapan aspek sosial perusahaan.
4. Memungkinkan penelitian menggunakan sampel dalam jumlah besar (Krippendorff, p.131).

Disamping kelebihan, metode content analysis juga memiliki kelemahan, antara lain:

1. Memerlukan waktu yang cukup lama dalam melakukan *content analysis* (extremely time consuming).
2. Seringkali mengabaikan konteks yang terkandung dalam teks atau kalimat, sehingga menimbulkan misinterpretasi.
3. Belum adanya standar dan aturan-aturan terkait pengungkapan aspek sosial perusahaan dapat menimbulkan subjektivitas pengukuran data.
4. Penggunaan unit pengukuran data yang berbeda-beda (kata, kalimat, tema, jumlah halaman), menghasilkan tingkat signifikansi yang berbeda pula.

Langkah-langkah melakukan *content analysis* (Raman, 2006):

1. Memilih dokumen yang tepat untuk analisis pengungkapan CSR.

Perusahaan-perusahaan di Indonesia menggunakan berbagai media dan sarana informasi untuk mengungkapkan aktivitas sosialnya, antara lain laporan tahunan, laporan keberlanjutan, dan situs perusahaan. Sehingga, keseluruhan media tersebut dapat digunakan untuk mengukur pengungkapan aspek sosial perusahaan.

Namun, dalam penelitian ini, penulis akan membatasi penggunaan dokumen sebagai alat untuk mengukur pengungkapan aspek sosial perusahaan kepada laporan tahunan. Untuk saat ini, laporan tahunan merupakan dokumen paling tepat untuk mengukur pengungkapan sosial perusahaan. Hal ini dikarenakan laporan tahunan memiliki format yang sudah baku secara struktur dan sistematis. Sehingga diharapkan dapat memberikan keseragaman dalam menganalisis dan mengukur pengungkapan aspek sosial perusahaan. Sementara situs perusahaan dan laporan keberlanjutan tidak memiliki format

yang baku. Perusahaan berkreasi dengan format dan isi dari situs perusahaan. Dan untuk laporan keberlanjutan, sampai tahun 2006 baru sepuluh (10) perusahaan publik yang telah menyediakan laporan keberlanjutan.

Alasan lain yang menjadikan laporan tahunan merupakan dokumen yang tepat untuk mengukur pengungkapan aspek sosial perusahaan adalah: (Widiastuti, 2003):

- a. Tingkat kredibilitas informasi yang disampaikan di dalamnya (Tilt, 1994).
 - b. Laporan tahunan merupakan media utama untuk mengkomunikasikan informasi yang berdampak ekonomi, dan lebih ditekankan pada apa yang telah dicapai selama satu periode tertentu.
 - c. Dalam penyusunan laporan tahunan, pihak manajemen perusahaan membuat pilihan-pilihan mengenai isu-isu hubungan sosial yang cukup penting untuk diungkapkan ataupun hal-hal sosial yang akan menimbulkan problematik sosial apabila dilaporkan (Neimark, 1992).
2. Memilih metode pengukuran isi.

Penelitian-penelitian terdahulu telah menggunakan berbagai unit pengukuran untuk mengukur isi pengungkapan aspek sosial perusahaan. Berbagai unit pengukuran tersebut antara lain (Monika, 2008): **Tema** (Branco & Rodrigues, 2006), **Jumlah kata** (Zeghal & Ahmed, 1990), **Jumlah kalimat** (Hackston & Milne, 1996), **Jumlah halaman** (Gray et al., 1995).

Tidak tersedianya standar pengukuran pengungkapan aspek sosial perusahaan di Indonesia, menjadi kendala pada berbagai penelitian untuk menentukan unit pengukuran mana yang paling baik untuk digunakan.

Tema, meskipun menimbulkan subjektivitas dan masalah validitas data (Hosti, 1969; Corney, 1997; dalam Widiastuti, 2003), tetapi merupakan metode yang cukup baik digunakan untuk jumlah sampel yang besar. Metode lainnya akan membutuhkan waktu penelitian yang sangat lama jika jumlah sampel yang digunakan cukup besar. Masalah subjektivitas dan validitas data dapat diminimalisasi dengan mendefinisikan tiap-tiap tema dan subtema yang digunakan, sehingga dapat mencapai konsistensi dalam pengukuran pengungkapan aspek sosial perusahaan. Verifikasi oleh orang kedua juga dapat mengurangi subjektivitas dari penggunaan unit pengukuran tema.

Penggunaan unit pengukuran kata, menurut Milne (1996) dalam Widiastuti (2003), dapat menimbulkan *inherent unreliability* karena hasil pengukurannya akan bervariasi tergantung pada gaya bahasa yang digunakan. Sementara itu, jumlah halaman juga tergantung pada variasi penulisan dan penyajiannya, seperti penggunaan ukuran huruf, margin, grafik, dll (Hackston dan Milne, 1996; dalam Widiastuti, 2003). Unit pengukuran kalimat juga memiliki kelemahan, yaitu masalah sistematika dan *reliability*. Misalnya dalam satu kalimat terdapat lebih dari satu topik aspek sosial perusahaan yang berbeda ataupun sama. Hal ini dapat membingungkan peneliti-peneliti yang menggunakan unit pengukuran kalimat.

Berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tersebut, dalam penelitian ini penulis menggunakan unit pengukuran tema, seperti yang pernah digunakan oleh Gao, Heravi, dan Xiao (2005).

3. Mengidentifikasi tema/kategori untuk klasifikasi isi.

Tema yang digunakan untuk mengklasifikasikan isi dari laporan tahunan perusahaan ke dalam aspek-aspek sosial perusahaan adalah tema yang digunakan oleh Gao, Heravi, dan Xiao (2005), yang dikombinasikan dengan tema dari penelitian Branco & Rodrigues (2006), serta Hacston & Milne (1996). Peneliti berusaha memasukkan kategori-kategori yang mencakup aspek lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan, sumber daya manusia, komunitas, produk dan pelanggan, serta praktek bisnis yang adil. Tema dan subtema yang digunakan terlampir.

4. Menghitung jumlah pengungkapan berdasarkan kategori yg ditentukan.

Setelah menentukan tema dan subtema yang digunakan, langkah berikutnya adalah memulai analisis pengungkapan sosial perusahaan dengan melakukan *checklist* per tema yang dijelaskan dalam laporan tahunan perusahaan. Tema yang dijelaskan diberi nilai satu (1), sedangkan yang tidak dijelaskan diberi nilai (0). Setelah *checklist* selesai dilakukan, nilai-nilai tersebut dijumlahkan untuk untuk masing-masing perusahaan. Total nilai masing-masing perusahaan merupakan nilai pengungkapan aspek sosial perusahaan-perusahaan tersebut.

3.5. Model Penelitian

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh kinerja keuangan perusahaan baik berbasis akuntansi maupun pasar saham terhadap tingkat

pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Untuk melihat pengaruh tersebut, maka model yang dibentuk dalam penelitian ini ada tiga model. Model pertama untuk melihat pengaruh kinerja keuangan berbasis akuntansi terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Model kedua yang dibentuk adalah untuk melihat pengaruh kinerja keuangan berbasis pasar saham terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dan pada model ketiga, baik kinerja keuangan berbasis akuntansi maupun berbasis pasar saham akan dilihat pengaruhnya secara bersama-sama terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Sehingga, model yang dibentuk dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Model pertama:

$$CSR_i = \alpha_1 + \alpha_2 ROA_{t-i} + \alpha_3 LEV_{t-i} + \alpha_4 SIZE_{t-i} + \alpha_5 I + \alpha_6 SP + \varepsilon$$

Model kedua:

$$CSR_i = \alpha_1 + \alpha_2 P_{t-3bln} + \alpha_3 LEV_{t-i} + \alpha_4 SIZE_{t-i} + \alpha_5 I + \alpha_6 SP + \varepsilon$$

Model ketiga:

$$CSR_i = \alpha_1 + \alpha_2 ROA_{t-i} + \alpha_3 P_{t-3bln} + \alpha_4 LEV_{t-i} + \alpha_5 SIZE_{t-i} + \alpha_6 I + \alpha_7 SP + \varepsilon$$

Keterangan :

CSR = Nilai pengungkapan aspek sosial perusahaan hasil *content analysis*

ROA = *Return on Assets*

P = Harga saham perusahaan

LEV	= <i>Leverage</i> perusahaan yang merupakan nilai hutang dibagi dengan nilai ekuitas
SIZE	= Logaritma Natural dari Total Aktiva (Ukuran perusahaan)
I	= Karakteristik Industri merupakan <i>high/low profile company</i> (nilai 1 untuk <i>high profile company</i> , dan 0 untuk <i>low profile company</i>)
SP	= Status perusahaan merupakan PMA dan non PMA (nilai 1 untuk perusahaan yang tergolong PMA, dan 0 untuk non PMA)
ε	= Error

Variabel Pengendali

Terdapat 4 buah variabel pengendali dalam model ini yaitu :

- *Leverage*
Variabel ini muncul karena dalam perhitungan rasio profitabilitas, *leverage* akan berpengaruh dalam hal keuangan.
- Ukuran Perusahaan
Variabel ukuran perusahaan yang digunakan adalah logaritma natural total aset. Variabel ini muncul karena dalam penelitian-penelitian terdahulu variabel ini telah digunakan dengan alasan bahwa ukuran perusahaan akan mempengaruhi pengungkapan sosial perusahaan.
- Karakteristik Industri
Variabel ini muncul karena dalam penelitian-penelitian terdahulu dikemukakan bahwa perusahaan yang tergolong kepada *high profile company* memiliki pengungkapan yang lebih sosial perusahaan yang lebih baik.
- Status Perusahaan

Variabel ini muncul berdasarkan logika yang sejalan dengan penelitian-penelitian terdahulu yang mengemukakan bahwa perusahaan yang tercatat di beberapa bursa efek memiliki pengungkapan sosial yang lebih baik dibanding perusahaan yang tercatat di satu bursa efek saja. Demikian juga dengan status perusahaan, perusahaan yang tergolong PMA diharapkan memiliki pengungkapan sosial perusahaan yang lebih baik dibanding perusahaan non PMA.

3.6. Operasionalisasi Variabel

Sesuai dengan model yang telah dibuat, untuk mendapatkan bukti apakah kinerja perusahaan mempunyai pengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan aspek sosial perusahaan, maka digunakan variabel bebas yaitu, *Return on Assets* dan harga saham perusahaan, untuk menentukan variabel terikatnya Pengungkapan aspek sosial perusahaan (CSR disclosure).

3.6.1. Variabel Terikat

Variabel terikat yang digunakan adalah nilai pengungkapan aspek sosial perusahaan. Nilai tersebut didapatkan dari hasil *content analysis* laporan tahunan perusahaan sampel untuk periode tahun 2006. Tingkat pengungkapan sosial yang dimaksud memiliki dua asumsi. Asumsi pertama adalah pengungkapan sosial sebagai proksi kinerja sosial perusahaan, sehingga diharapkan pada akhirnya tingkat pengungkapan dapat menggambarkan kinerja sosial perusahaan. Dan asumsi kedua adalah pengungkapan sosial bukan merupakan proksi kinerja sosial perusahaan, artinya tingkat pengungkapan sosial bukan merupakan gambaran kinerja sosial

perusahaan, hanya menggambarkan pengungkapan aspek sosial perusahaan untuk tujuan pelaporan.

3.6.2. Variabel Bebas

Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel pengukur kinerja perusahaan berbasis akuntansi dan berbasis pasar saham. Untuk variabel kinerja perusahaan berbasis akuntansi, peneliti menggunakan rasio profitabilitas perusahaan yang dapat diwakili oleh ROA. Alasan penggunaan variabel bebas ini adalah karena ROA merupakan rasio yang dapat menggambarkan keadaan profitabilitas perusahaan secara lebih jelas dan juga telah mencakup beberapa variabel profitabilitas yang lain. Selain itu, ROA juga mencerminkan kemampuan aset perusahaan untuk menghasilkan pendapatan (revenue) bagi perusahaan. Sehingga, semakin tinggi ROA, semakin efektif dan efisien aset yang dialokasikan pada proyek-proyek yang memiliki nilai NPV positif (Lubis, 2008). Brown & Caylor (2004) dalam Lubis (2008) mengungkapkan bahwa penggunaan ROA untuk pengukuran kinerja operasional lebih baik dibanding ROE.

ROA dapat dihitung dengan cara:

$$\text{Return on Assets (ROA)} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Assets}}$$

Sementara untuk variabel kinerja berbasis pasar saham, peneliti menggunakan harga saham perusahaan pada saat tiga (3) bulan sebelum akhir periode laporan tahunan tiap perusahaan (31 Desember 2006).