

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian yang relevan dengan penelitian mengenai laporan akuntansi sosial yaitu penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, Sya'ban Febriyantoro 2013 dengan judul "Analisis Laporan Akuntansi Sosial Pada PT. Bank Negara Indonesia Sebagai Bentuk Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan". Dalam penelitiannya, Sya'ban Febriyantoro menyimpulkan bahwa meskipun telah mengikuti pedoman yang dikeluarkan oleh Global Reporting Initiative (GRI), didalam Laporan Keberlanjutan (Sustainability Report) PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk masih terdapat item-item yang belum dilaporkan. Hal ini dikarenakan tidak adanya data-data yang mendukung dan tidak relevan dengan bisnis yang dijalankan.

Jurnal pertama, penulis juga mengambil referensi dari Jurnal Ekonomi (Kajian Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi) No. 01/Th.XX/Januari – Maret 2011 halaman 51-62 yang ditulis oleh Uun Sunarsih berjudul " Hubungan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan". Dari hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan bahwa.

1. *Corporate Social Responsibility* (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan) sering dianggap inti dari etika bisnis, yang berarti bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal (artinya kepada pemegang saham atau *shareholder*) tetapi juga kewajiban-kewajiban kepada pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*) yang jangkauannya melebihi kewajiban-kewajiban diatas (ekonomi dan legal).
2. Tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) merujuk pada semua hubungan yang terjadi antara sebuah

perusahaandengan semua *stakeholder*, termasuk didalamnya adalah pelanggan atau *customers*, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, *supplier* bahkan juga kompetitor. Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup.

3. Sudah menjadi fakta bagaimana resistensi masyarakat sekitar, diberbagai tempat dan waktu muncul kepermukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan aspek-aspek sosial, ekonomi dan lingkungan hidupnya. Masyarakat sekarang lebih pintar dalam memilih produk yang akan mereka konsumsi. Sekarang, masyarakat cenderung untuk memilih produk yang diproduksi oleh perusahaan yang peduli terhadap lingkungan dan atau melaksanakan CSR.
4. Survei yang dilakukan Booth-Harris Trust Monitor pada tahun 2001 dalam Sutopoyudo (2009) dalam Kusumadilaga (2010) menunjukkan bahwa mayoritas konsumen akan meninggalkan suatu produk yang mempunyai citra buruk atau diberitakan negatif. Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan *corporate social responsibility*, antara lain produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati oleh investor.
5. *Corporate social responsibility* dapat digunakan sebagai alat *marketing* baru bagi perusahaan bila itu dilaksanakan berkelanjutan. Untuk melaksanakan CSR berarti perusahaan akan mengeluarkan sejumlah biaya. Biaya pada akhirnya akan menjadi beban yang mengurangi pendapatan sehingga tingkat profit perusahaan akan turun. Akan tetapi dengan melaksanakan CSR, citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen makin tinggi. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu yang lama, maka penjualan perusahaan akan semakin membaik, dan pada akhirnya dengan pelaksanaanCSR, diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat (Satyo, 2005 dalam Sutopoyudo, 2009 dalam Kusumadilaga 2010). Oleh karena itu, CSR berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan sebagai hasil dari peningkatan penjualan

perusahaan dengan cara melakukan berbagai aktivitas sosial dilingkungan sekitarnya.

Jurnal kedua, penulis juga mengambil dari Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia Volume 5 – Nomor 2 halaman 245-272 yang ditulis oleh Rita Yuliana, Bambang Purnomosidhi dan Eko Ganis Sukoharsono berjudul “Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Perusahaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Dampaknya terhadap Reaksi Investor” berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan diperoleh kesimpulan bahwa karakteristik perusahaan yang terbukti berpengaruh terhadap tingkat keluasan pengungkapan CSR adalah *profile* perusahaan dan konsentrasi kepemilikan. Sedangkan tiga karakteristik lainnya, yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, dan ukuran dewan komisaris tidak terbukti berpengaruh terhadap tingkat keluasan pengungkapan CSR. Tingkat keluasan pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap reaksi investor, yang diukur menggunakan *abnormal return* dan volume perdagangan saham.

Penelitian ini telah memberikan temuan positif bagi berbagai pihak yang berkepentingan yaitu :

1. Investor

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa investor sudah mulai merespon dengan baik informasi-informasi sosial yang disajikan perusahaan dalam laporan tahunan. Semakin luas pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan ternyata memberikan pengaruh terhadap *abnormal return* dan volume perdagangan saham perusahaan yang ditunjukkan dengan terjadinya lonjakan perdagangan dan *abnormal return* pada seputar publikasi laporan tahunan.

2. Perusahaan

Berdasarkan penelitian ini sebaiknya perusahaan mempertimbangkan kepemilikan saham oleh masyarakat dan juga *profile*-nya ketika menyusun program CSR. Selain itu, perusahaan juga hendaknya memperhatikan kualitas dan kuantitas pengungkapan sosial yang dilakukan periode berikutnya, akan informasi tersebut akan memberikan nilai tambah bagi perusahaan.

3. Pihak-pihak yang berkepentingan lainnya

Hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi bagi pihak yang berkepentingan khususnya Pemerintah, Bapepam dan LK, dan IAI dalam merumuskan kebijakan, peraturan, dan standar yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan-perusahaan di Indonesia, baik yang telah *go publik* maupun belum.

Namun demikian, penelitian ini mengandung beberapa keterbatasan antara lain :

1. Penyusunan daftar pengungkapan sosial cenderung bersifat subjektif dan memungkinkan terlewatnya *item-item* tertentu yang seharusnya diungkap oleh perusahaan.
2. Terdapat berbagai tema pengungkapan CSR yang disusun oleh perusahaan, misalnya lingkungan, kepedulian sosial, atau pengembangan wilayah. Tema tersebut merupakan fokus dari kegiatan CSR perusahaan. Sedangkan indikator yang dipakai dalam penelitian ini mencakup berbagai aspek kepedulian. Dengan demikian, sulit membedakan kualitas pengungkapan antara satu perusahaan dengan perusahaan lain.
3. Penelitian ini hanya membatasi pada sisi pengungkapan sosial, bukan pada aktifitas sosial. Bilamana perusahaan tidak memanfaatkan laporan tahunan untuk menjelaskan seluruh aktifitas selama tahun pelaporan, akan muncul kesenjangan antara aktifitas sosial dengan pengungkapan sosial. Akibatnya laporan tahunan gagal menjelaskan seluruh aktifitas sosial perusahaan.

Berdasarkan kelemahan/keterbatasan yang telah diuraikan diatas, maka beberapa hal yang perlu dilakukan dalam penelitian selanjutnya adalah menambah jumlah objek penelitian, memperpanjang periode pengamatan, dan menyempurnakan *item* pengungkapan sosial.

Jurnal ketiga, penulis mengambil referensi dari Jurnal Akuntansi Volume 1-No. 1, Februari 2012 yang ditulis oleh Frasniska Sulirman dan Carmel Meiden berjudul "Pengaruh CSR Disclosure terhadap Earnings Response Coefficient pada

Perusahaan yang Terdaftar di BEI periode 2007-2009” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari tingkat pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan perusahaan terhadap *earnings response coefficient*. Penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya karena laporan yang digunakan hanya berdasarkan sustainability report dan proxy untuk CSR disclosure menggunakan metode bobot skoring berbeda berdasarkan indeks GRI 2006.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa CSR *disclosure* tidak cukup bukti berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa pengungkapan informasi CSR (CSR *disclosure*) dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh negatif terhadap *earnings response coefficient* (ERC) tidak didukung oleh data empiris dari sampel penelitian ini yang menyatakan tidak terdapat cukup bukti bahwa CSR *disclosure* berpengaruh negatif terhadap *earnings response coefficient*. Dengan perincian hasil penelitian untuk model 1 dan II konsisten dengan hasil temuan Widiastuti (2002) pada model I dan II yang menguji pengaruh luas pengungkapan sukarela terhadap ERC. Widiastuti (2002) juga menemukan pengaruh pengungkapan sukarela yang positif dan signifikan pada level 10% terhadap ERC. Pada model I tanpa memasukan variabel kontrol memberikan hasil yang sejalan dengan model I peneliti, yaitu berpengaruh positif dan signifikan. Untuk hasil penelitian model II tidak sesuai dengan temuan peneliti. Berdasarkan uji empiris Sayekti dan Wondabio (2007) menghasilkan pengaruh yang negatif dan signifikan pada model II.

Jurnal keempat, penulis juga mengambil referensi dari Jurnal Akuntansi Volume.1-No.1, Februari 2012 halaman 43-59 yang ditulis oleh Ika Wahyu S.D dan Prima Apriwenni berjudul “Pengaruh Mekanisme Corporate Governance, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”. Dari hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Mekanisme *corporate governance* yang diukur dengan jumlah dewan komisaris memiliki cukup bukti berpengaruh negatif terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial.
2. Ukuran perusahaan memiliki cukup bukti berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial.
3. Profitabilitas yang diukur dengan *net profit margin* memiliki cukup bukti berpengaruh negatif terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial.

Penelitian ini memiliki keterbatasan-keterbatasan, oleh karena itu beberapa saran yang dapat diberikan peneliti untuk pengembangan lebih lanjut, antara lain:

1. Bagi Pemerintah
Lebih meningkatkan penerapan *Good Corporate Governance*, karena penerapan yang ada selama ini belum cukup mendorong transparansi untuk meningkatkan luas pengungkapan dan dapat mempertimbangkan suatu standar pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) yang sesuai dengan kondisi Indonesia.
2. Bagi Perusahaan
Perusahaan lebih peduli terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) dimasa mendatang.
3. Bagi *Stakeholder*
Stakeholder dan pihak-pihak lain yang berkaitan dengan perusahaan agar dapat mengawasi dan menilai tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan tidak hanya terbatas dari kondisi kinerja keuangan saja.
4. Bagi Penelitian berikutnya
 - a. Memperluas periode pengamatan penelitian agar lebih dapat menggambarkan kondisi pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) di Indonesia.
 - b. Menganalisis pengungkapan CSR secara lebih mendalam dengan menggunakan media selain laporan tahunan, misalnya laporan keberlanjutan (*sustainability report*).

- c. Mempertimbangkan untuk menggunakan kriteria pengukuran dan variabel lain seperti reputasi auditor, *leverage* umur perusahaan, dan lain-lain sebagai variabel independen yang mempengaruhi luas pngungkapan tanggung jawab sosial.

Jurnal kelima, penulis mengambil referensi dari Internasional Journal of Business Volume 11-No. 3, September-Desember 2009 ISSN : 1411-1128 Halaman 409-441 yang ditulis oleh Kresno Agus Hendarto berjudul “The Implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) in Central Java Earthquake: Kajian Awal Kepercayaan Sikap Konsumen, dan keinginan untuk membeli. Kesimpulan, Keterbatasan, dan Saran, tujuan dari makalah ini adalah untuk investigasi apakah CSR mengarah pada penurunan daya saing dengan mengidentifikasi keyakinan, sikap, dan niat beli konsumen dari program CSR terhadap produk perusahaan. Temuan tidak mendukung kegiatan CSR, khususnya CSR-filantropi, sehingga mengakibatkan penurunan daya saing. Hal ini jelas terlihat dalam pengujian kepercayaan, sikap, dan niat beli, di mana sikap untuk memediasi hubungan antara keyakinan dan niat beli.

Penelitian ini telah memberikan kontribusi untuk meningkatkan pemahaman kita tentang pengaruh kegiatan CSR pada konsumen. Dari perspektif teori pro-sosial, kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan menunjukkan bagaimana merespon perusahaan pro-sosial untuk kondisi tertentu. Ketika perusahaan dihadapkan dengan situasi darurat, mereka mengambil lima langkah penting, yang meliputi pengambilan keputusan untuk menghambat atau memberikan kesempatan untuk tanggapan pro-sosial. Perusahaan-perusahaan harus menyadari situasi darurat, tepat menafsirkan saat sedang berlangsung, mengambil tanggung jawab dan kapasitas untuk membantu, dan membuat keputusan untuk membantu. Langkah-langkah ini secara khusus dilakukan ketika perusahaan tertarik dengan acara dan dikaitkan sebagai momen tak terkendali. Dari perspektif teori dikaitkan, kegiatan CSR didasarkan pada harapan bahwa penerima program yang dapat membuat kesimpulan koresponden bahwa perusahaan telah melakukan kegiatan positif, yang pada gilirannya dapat meningkatkan perusahaan '(dan produk mereka)' gambar.

2.2. Definisi dan Tujuan Laporan Keuangan

Laporan keuangan memegang peranan penting yang memberikan berbagai informasi tentang kegiatan operasional perusahaan bagi bermacam-macam pihak. Definisi laporan keuangan menurut Standar Akuntansi Keuangan (SAK) yang dikeluarkan oleh Ikatan Akuntan Indonesia yaitu :

”Laporan keuangan bagian dari proses pelaporan keuangan. Laporan keuangan yang lengkap biasanya meliputi neraca, laporan laba-rugi, laporan perubahan posisi keuangan yang disajikan dalam berbagai cara (seperti misalnya sebagai laporan arus kas atau arus dana), catatan dan laporan lain serta materi penjelasan yang merupakan bagian integral dari laporan keuangan. Di samping itu juga termasuk skedul dan informasi tambahan yang berkaitan dengan laporan tersebut misalnya informasi keuangan segmen industri dan geografis serta pengungkapan pengaruh perubahan harga”

Dari definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa pada umumnya laporan keuangan terdiri dari neraca, laporan laba-rugi, laporan perubahan posisi keuangan serta laporan lain yang kesemuanya menjadi satu kesatuan yang tidak terpisahkan. Lebih lanjut dinyatakan bahwa laporan keuangan dapat dipergunakan oleh berbagai pihak tergantung dari kebutuhannya.

Informasi yang disajikan dalam laporan keuangan sifatnya adalah umum, dengan demikian kebutuhan informasi tidak dapat memenuhi kebutuhan setiap penggunanya karena para investor merupakan penanam modal yang sifatnya beresiko ke perusahaan maka ketentuan laporan keuangan yang memenuhi kebutuhan para investorlah yang memenuhi sebagian besar kebutuhan pemakai lain.

Sementara itu di dalam Standar Akuntansi Keuangan (SAK) diterangkan lebih lanjut mengenai tujuan laporan keuangan adalah menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pemakai dalam pengambilan keputusan ekonomi.

Tujuan laporan keuangan juga disebutkan dalam *Financial Accounting Standard Board*, yaitu "Financial reporting should provide information that is useful to present and potential investors and creditors and other users in making rational in investment, credit and similar decisions"

2.2.1. Definisi Akuntansi

Pada tahun 1941, *the Committee on Terminology of America Institute of Public Accountants* (Sekarang AICPA) memberikan definisi tentang akuntansi sebagai berikut (Kam, 1990:33) "Accounting is the art of recording, classifying, and summarizing in significant manner in terms of money, transactions and events which are, in part at least, of financial character, and interpreting the results there of".

The American Accounting Association (AAA) memberikan definisi akuntansi sebagai berikut (Kam, 1990:33) : "Accounting is the process of identifying, measuring and communicating economic information to permit informed judgements and decision by user of information."

Dari pertanyaan tersebut, Akuntansi didefinisikan sebagai proses mengidentifikasi, mengukur, dan menyampaikan informasi ekonomi sebagai bahan informasi dalam mempertimbangkan berbagai alternative dalam mengambil keputusan oleh para pemakainya. Dalam hal ini akuntansi dinyatakan sebagai proses. Menurut Grady, seperti yang dikutip oleh Suwardjono (1991:2) :

"Accounting is the body of knowledge and functions concerned with systematic originating, authenticating, recording, classifying, processing, summarizing, analyzing, interpreting, and supplying of dependable and significant information covering transaction and events which are, in part at least, of financial character, required for the management and operation of entity and for reports that have to be submitted there on the meet fiduciary and other responsibility"

Definisi ini menjelaskan bahwa akuntansi merupakan seperangkat pengetahuan sebagai hasil pemikiran para ahli (akuntan) untuk menghasilkan seperangkat informasi yang bermanfaat. Definisi ini juga mengisyaratkan adanya

proses pemilihan informasi dan proses penyediaan / pengolahan informasi tersebut. Jadi akuntansi tidak semata-mata merupakan suatu pengetahuan yang bersifat mekanis atau ketrampilan akan tetapi melibatkan suatu proses pemikiran dan penalaran.

Accounting Principles Boards (APB) Statement no. 4, menyatakan definisi akuntansi sebagai berikut (Kam, 1990:34) : “ Accounting is service activity. Its function is to provide quantitative information. Primarily financial in nature, about economics entities that is intended to be useful in making economic decisions, in making resolved choice among alternative courses of action.”

Menurut pernyataan di atas, akuntansi didefinisikan sebagai suatu aktivitas jasa yang berfungsi untuk menyediakan informasi yang bersifat kuantitatif yang bermanfaat dan pelaporannya untuk pengambilan keputusan ekonomi bagi para pemakainya.

2.2.2. Perkembangan Akuntansi

Menurut Glautier dan Underdown (1986 : 3-8) perkembangan akuntansi dalam peranan sosialnya terdiri dari empat tahapan, yaitu :

1. *Stewardship Accounting*

Stewardship Accounting dimulai sejak masa awal akuntansi yaitu sekitar 4500 SM hingga abad XVI. Tujuan utama akuntansi pada saat itu adalah menyediakan informasi tentang kekayaan pemilik. Pencatatan dipegang secara rahasia dan pelaporan kekayaannya tidak dipengaruhi oleh pihak luar, artinya, metode perhitungan, perlakuan akuntansi, serta penyajiannya disesuaikan dengan keinginan pemilik dan tingkat ketelitian dan keseragaman pelaporannya diragukan. Karena tidak seragam, maka laporan akuntansi antara pemilik yang berbeda tidak dapat dibandingkan, bahkan kemungkinan terjadi perbedaan perlakuan akuntansi pada periode yang berbeda dari pemilik yang sama. Laporan akuntansi dianggap sebagai catatan pribadi pemilik. Praktek akuntansi semakin berkembang di Italia pada awal masa *Renaissance* dan pada saat itu muncul metode pembukuan

berpasangan (*double-entry bookkeeping*) yang dikemukakan oleh Luca Pacioli dalam bukunya yang berjudul "*Summa de Arithmetica, Geometrica, Proportioni et Proportionalita*" yang diterbitkan di Venice pada tahun 1494.

2. *Financial Accounting*

Revolusi Industri pada tahun 1760 melihat perubahan untuk perkembangan akuntansi. Berdirinya pabrik-pabrik membuat para pemilik perusahaan membutuhkan modal yang besar sehingga diterbitkan saham-saham oleh perusahaan yang memungkinkan publik menanamkan modalnya ke perusahaan. Pemilik perusahaan hanya menyetorkan modalnya pada perusahaan, dan kemudian memperoleh bagian dari laba perusahaan sebesar penyertaannya. Manajer yang mengelola pelaksanaan bisnis perusahaan dan memperoleh gaji sebagai imbalan jasanya pada perusahaan. Sehingga diperlukan suatu penyusunan laporan keuangan yang memberikan informasi kepada pemilik atau pemegang saham tentang pertanggungjawaban manajer dalam mengelola modal yang disetor para pemegang saham kepada perusahaan. Berbagai usaha dilakukan untuk menyajikan informasi yang akurat bagi para investor agar terhindar dari kesalahan investasi yang dilakukan pada masa itu.

3. *Management Accounting*

Revolusi Industri memberikan peluang bagi pengembangan akuntansi sebagai alat bagi manajemen industri. Akuntansi manajemen mengubah fokus akuntansi dari proses pencatatan dan penganalisaan transaksi ke arah penggunaan informasi bagi manajemen untuk kepentingan pengembangan perusahaan.

4. *The Social Welfare Viewpoint of Accounting*

Tahap ini merupakan tahap baru dari perkembangan akuntansi karena adanya revolusi sosial yang terjadi di dunia barat pada tahun-tahun belakangan ini. Teknologi yang berkembang dengan cepat dan berlebihan

terkadang membuat kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh kegiatan operasional perusahaan. Masyarakat menuntut untuk terpenuhinya kebutuhan akan barang dan jasa dan mereka juga menuntut perusahaan untuk mempertanggungjawabkan masalah-masalah lingkungan dan kemanusiaan dalam setiap operasinya. Akuntansi pertanggungjawaban sosial merupakan perluasan dari lingkup akuntansi, karena selain mempertimbangkan dampak ekonomi dari bisnis juga mempertimbangkan aspek sosialnya. Pihak manajemen diharapkan selain bertanggung jawab untuk memperoleh laba yang besar, juga dituntut untuk bertanggung jawab terhadap dampak sosial yang diakibatkan oleh aktivitas ekonomi perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa telah terjadi perubahan peranan akuntansi dalam masyarakat. Dari yang hanya memberikan informasi kepada pemilik tentang kekayaannya (*stewardship accounting*) hingga berperan untuk memberikan informasi atas dampak sosial yang diakibatkan oleh aktivitas ekonomi perusahaan (*the social welfare viewpoint of accounting*). Hal ini terjadi karena pada dasarnya akuntansi berkembang sejalan dengan perkembangan kondisi sosial ekonomi masyarakat.

2.3. Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial

2.3.1. Faktor Penyebab Munculnya Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial.

Revolusi Industri pada pertengahan abad XVIII yang ditandai dengan penemuan mesin-mesin industri membawa dampak perubahan terhadap perkembangan akuntansi. Pertama, adanya perubahan cara produksi dari industri rumah tangga menuju ke sistem pabrik, sedangkan yang kedua adalah bertambah panjangnya periode produksi. Sistem pabrik menuntut modal yang besar, sedangkan pada tahap ini badan usaha persekutuan tidak lagi dapat memenuhi kebutuhan modal. Lalu terbentuklah badan usaha yang lain yaitu perseroan terbatas. Bentuk ini dianggap paling memuaskan karena dana tidak memiliki batas waktu atau jatuh tempo dan relatif lebih mudah untuk ditambah, disamping memiliki tanggung jawab yang terbatas.

Dengan berkembangnya badan usaha berbentuk PT, maka semakin banyaklah masyarakat dan institusi yang menjadi pemodal. Fungsi pendanaan lalu terpisah dari fungsi manajemen. Inilah yang kemudian dikenal orang sebagai revolusi manajemen. Dalam situasi ini, para pemegang saham tidak lagi mampu mencukupi sendiri informasi yang mereka butuhkan dan mereka tidak lagi terlibat dalam kegiatan manajemen. Hal ini menimbulkan kebutuhan untuk membuat laporan keuangan sebagai sarana pertanggungjawaban dari manajer kepada para pemegang saham.

Perusahaan dalam melaksanakan kegiatan operasinya secara langsung atau tidak langsung berinteraksi dengan lingkungan sosialnya. Dikatakan oleh Usmansyah (1989 : 6) bahwa sumber-sumber ekonomi yang digunakan oleh perusahaan semuanya berasal dari masyarakat dan lingkungannya. Oleh karena itu perusahaan harus memberikan pertanggungjawaban atas semua sumber daya yang telah digunakan serta hasil-hasil yang telah dicapainya.

Pada abad XX yang ditandai dengan teknologi yang massive sehingga mempengaruhi pertumbuhan ekonomi dan perluasan usaha untuk meningkatkan produktivitas. Di bawah sistem kapitalis, perusahaan-perusahaan besar mengeksploitasi sumber daya alam dan manusia untuk menghasilkan keluaran maksimum dengan satu tujuan yaitu maksimalisasi laba atau maksimalisasi kesejahteraan para pemegang saham. Masyarakat melihat perusahaan yang berlaba besar berperan aktif dalam proses perusakan lingkungan dan kemerosotan nilai-nilai kemanusiaan. Krisis lingkungan hidup yang dikeluhkan oleh masyarakat dewasa ini pada hakekatnya adalah pengejawantahan krisis wawasan manusia. Masyarakat yang semakin kritis menuntut agar perusahaan mempertanggungjawabkan semua yang telah mereka terima dari lingkungan sosialnya dalam suatu laporan pertanggungjawaban sosial, lebih dari sekedar suatu kewajiban moral yang selama ini berlaku di masyarakat.

2.3.2. Definisi Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial

Akuntansi pertanggungjawaban sosial merupakan penerapan akuntansi dalam ilmu sosial, ini menyangkut pengaturan, pengukuran, analisis dan

pengungkapan pengaruh kegiatan ekonomi dan sosial dari kegiatan yang bersifat mikro dan makro pada kegiatan pemerintah maupun perusahaan. Kegiatan pada tingkat makro bertujuan untuk mengukur dan mengungkapkan kegiatan ekonomi dan sosial suatu negara, mencakup akuntansi sosial dan pelaporan akuntansi dalam pembangunan ekonomi. Pada tingkat mikro bertujuan untuk mengukur dan melaporkan pengaruh kegiatan perusahaan terhadap lingkungan yang mencakup, *financial, managerial social accounting* dan *social auditing*.

Definisi akuntansi pertanggungjawaban sosial atau yang disebut juga akuntansi sosio ekonomi menurut Ramanathan seperti yang dikutip dan diterjemahkan oleh Katjep (1988 : 8-9) yaitu :

”Proses pemilihan variabel-variabel yang akan menentukan tingkat kinerja sosial perusahaan, mengukur serta prosedur pengukuran, secara sistematis mengembangkan informasi yang berguna untuk mengevaluasi kinerja sosial perusahaan, dan mengkomunikasikannya kepada berbagai kelompok masyarakat yang dipengaruhinya baik di dalam maupun diluar perusahaan”.

Menurut Harahap (1995 : 184): ”Ilmu *Socio Economic Accounting* (SEA) merupakan bidang ilmu akuntansi yang berfungsi dan mencoba mengidentifikasi, mengukur, menilai, melaporkan aspek-aspek *Social Benefit* dan *Social Cost* yang ditimbulkan oleh lembaga”.

Definisi akuntansi pertanggungjawaban sosial menurut Belkaoui (1999:339) adalah sebagai berikut : ”Proses pengurutan, pengukuran dan pengungkapan pengaruh yang kuat dari pertukaran antara suatu perusahaan dengan lingkungan sosialnya”. Sedangkan menurut Lee sebagaimana yang dikutip oleh Usmansyah (1989 : 33) menyatakan bahwa secara esensial konsep akuntansi pertanggungjawaban sosial adalah suatu perluasan dari prinsip, praktek, dan terutama keahlian dari akuntan dan akuntansi konvensional.

Pertukaran antara perusahaan dan masyarakat, pada dasarnya terdiri dari penggunaan sumber-sumber sosial. Apabila aktivitas perusahaan menyebabkan bertambahnya sumber sosial, maka hasilnya adalah berupa faidah sosial. Meskipun ada beberapa perbedaan dalam definisi tentang akuntansi pertanggungjawaban

sosial, pada prinsipnya memiliki persamaan dalam karakteristiknya seperti yang ditulis oleh Lee dalam Usmansyah (1989:33) :

1. Menilai dampak sosial dari kegiatan-kegiatan perusahaan.
2. Mengukur efektifitas dari program perusahaan yang bersifat sosial.
3. Melaporkan sampai seberapa jauh perusahaan memenuhi tanggung jawab sosialnya.
4. Sistem informasi internal dan eksternal yang memungkinkan penilaian menyeluruh terhadap sumber daya.

2.3.3. Ruang Lingkup Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial

Brummet dalam Glautier dan Underdown (1986 : 477) membagi bidang-bidang yang menjadi tujuan sosial perusahaan menjadi lima, yaitu :

- a) Sumbangan terhadap laba bersih (*net profit contribution*)
 Dengan meningkatnya perhatian terhadap tujuan sosial perusahaan, seharusnya tidak mengurangi tujuan perolehan laba. Sebab perusahaan tidak dapat melangsungkan usahanya tanpa perolehan laba yang layak. Sebaliknya, harusnya hal tersebut menambah arti pentingnya perolehan laba perusahaan. Artinya, ada korelasi yang jelas antara tujuan sosial dan tujuan memperoleh laba. Kegagalan mengakui adanya masalah sosial mungkin dapat mempengaruhi kinerja laba perusahaan, baik dalam jangka pendek ataupun dalam jangka waktu yang panjang.
- b) Sumbangan terhadap sumber daya manusia (*human resources contribution*).
 Ini memperlihatkan tentang hubungan perusahaan dengan para pegawainya, yaitu semua yang terlibat dalam kegiatan perusahaan. Meliputi : pengangkatan pegawai, program pelatihan, pemberian upah dan gaji secara layak, kebijakan promosi jabatan dan rotasi tugas, keamanan kerja, pelayanan kesehatan yang memadai, lingkungan kerja yang nyaman, dan lain-lain.

- c) Sumbangan terhadap publik (*public contribution*)
Meliputi bidang-bidang yang menampakkan kegiatan perusahaan terhadap (kelompok) individu di luar perusahaan, yang antara lain meliputi: kegiatan kemanusiaan umum, praktek peluang kesempatan kerja yang adil, pembayaran pajak kepada pemerintah dan sebagainya.
- d) Sumbangan terhadap lingkungan (*environmental contribution*)
Meliputi pemberian perhatian terhadap aspek lingkungan produksi yang meliputi pemakaian sumber daya, proses produksi, dan produksi yang mencakup kegiatan daur ulang, penanggulangan pencemaran dan pemeliharaan lingkungan tempat perusahaan berdiri dan beroperasi.
- e) Sumbangan terhadap barang atau jasa (*product or service contribution*)
Meliputi aspek kualitatif produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan. Misalnya mengenai kegunaannya, daya tahannya, pengamanan dan pelayanannya yang diupayakan sebaik mungkin sesuai peran yang diemban, serta mencakup pula kepuasan pelanggan, kejujuran perusahaan dalam periklanan, kelengkapan dan kejelasan dalam pemberian segel dan pembungkusan.

Sedangkan menurut Harahap (2002 : 198 – 200), keterlibatan sosial perusahaan yang disesuaikan dengan keadaan di Negara Indonesia yaitu :

- 1) Lingkungan hidup, antara lain : pengawasan terhadap efek polusi, perbaikan pengrusakan alam, konservasi alam, keindahan lingkungan, pengurangan suara bising, penggunaan tanah, pengelolaan sampah dan air limbah, riset dan pengembangan lingkungan, kerja sama dengan energi, antara lain : konservasi energi yang dilakukan perusahaan, penghematan energi dalam proses produksi dan lain-lain.
- 2) Sumber Daya manusia dan Pendidikan, antara lain : keamanan dan kesehatan karyawan, pendidikan karyawan, kebutuhan keluarga dan rekreasi karyawan, menambah dan memperluas hak-hak karyawan, usaha untuk mendorong partisipasi, perbaikan pensiun, beasiswa, bantuan pada sekolah, pendirian sekolah, membantu pendidikan tinggi, riset dan

pengembangan, pengangkatan pegawai dari kelompok miskin, peningkatan karir karyawan dan lain-lain.

- 3) Praktek Bisnis yang Jujur, antara lain : memperhatikan hak-hak karyawan wanita, jujur dalam iklan, kredit, servis, produk, jaminan, selalu mengontrol kualitas produk, dan lain-lain, pemerintah dan universitas, pembangunan lokasi rekreasi dan lain-lain.
- 4) Membantu Masyarakat Lingkungan, antara lain : memanfaatkan tenaga ahli perusahaan dalam mengatasi masalah sosial di lingkungannya, tidak campur tangan dalam struktur masyarakat, membangun klinik kesehatan, sekolah, rumah ibadah, perbaikan desa/kota, sumbangan untuk kegiatan sosial kemasyarakatan, perbaikan perumahan desa, bantuan dana, perbaikan sarana pengangkutan, pasar dan lain-lain.
- 5) Kegiatan Seni dan Kebudayaan, antara lain : membantu lembaga seni dan budaya, sponsor kegiatan seni dan budaya, penggunaan seni dan budaya dalam iklan, merekrut tenaga yang berbakat seni dan olah raga, dan lain-lain.
- 6) Hubungan dengan Pemegang Saham, antara lain : sifat keterbukaan direksi pada semua persero, peningkatan pengungkapan informasi dalam laporan keuangan, pengungkapan keterlibatan perusahaan dalam kegiatan sosial, dan lain-lain.
- 7) Hubungan dengan Pemerintah, antara lain : mentaati peraturan pemerintah, membatasi kegiatan *lobbying*, mengontrol kegiatan politik perusahaan, membantu lembaga pemerintah sesuai dengan kemampuan perusahaan, membantu secara umum usaha peningkatan kesejahteraan sosial masyarakat, membantu proyek dan kebijakan pemerintah, meingkatkan produktivitas sektor informal, pengembangan dan inovasi manajemen dan lain-lain

2.3.4. Tujuan Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial

Tujuan akuntansi pertanggungjawaban sosial menurut Belkaoui (1992:434), "...is to measure and disclosure the costs and benefits to society

created by the production-related activities of bussines enterprises”. Sedangkan menurut Ramanathan yang dikutip oleh Usmansyah (1988 : 21-22) menyatakan ada tiga tujuan akuntansi pertanggungjawaban sosial yaitu :

- a) Untuk mengidentifikasi dan mengukur sumbangan sosial netto periodik dari suatu perusahaan, yang meliputi bukan hanya biaya dan manfaat yang diinternalisasikan ke dalam perusahaan, namun juga yang timbul dari eksternalitas yang mempengaruhi bagian-bagian sosial yang berbeda.
- b) Untuk membantu menentukan apakah praktek dan strategi perusahaan yang secara langsung mempengaruhi sumber daya relative dan keadaan sosial adalah konsisten dengan prioritas-prioritas sosial pada satu sisi dan aspirasi-aspirasi individu pada sisi lainnya.
- c) Untuk menyediakan dengan cara yang optimal bagi semua kelompok sosial, informasi yang relevan mengenai tujuan, kebijakan, program, kinerja dan sumbangan perusahaan pada tujuan-tujuan sosial.

Informasi yang dihasilkan dari proses akuntansi pertanggungjawaban sosial tidak hanya bermanfaat bagi anggota masyarakat dalam menilai kinerja sosial perusahaan, tetapi juga akan membantu manajemen mencapai tujuan, yaitu dengan meyakini adanya suatu perkembangan yang lebih menyeluruh yang telah diberikan kepada kebutuhan bisnis secara total dan penghargaan publik. Laporan sosial ini juga akan membantu manajemen berpikir mengenai akibat-akibat dari tindakan mereka sehingga manajemen dapat mengambil keputusan dengan lebih baik.

2.3.5. Pengukuran dan Pelaporan Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial

Menurut Glautier dan Underdown (1986 : 484 – 485) ada tiga pendekatan yang dapat digunakan untuk pedoman pengukuran dalam pelaporan akuntansi pertanggungjawaban sosial, yaitu :

1) Pendekatan Deskriptif (*the descriptive approach*)

Pendekatan deskriptif dipandang sebagai pendekatan yang umum digunakan. Dalam laporan sosial deskriptif, informasi mengenai semua aktivitas sosial perusahaan dilaporkan dalam bentuk uraian (deskriptif). Jadi pada pendekatan ini, aktifitas-aktifitas sosial perusahaan dalam pelaporannya tidak dikuantifikasikan dalam satuan uang..

2) Pendekatan biaya yang dikeluarkan (*the cost of outlay approach*)

Pendekatan biaya yang dikeluarkan menggambarkan semua aktivitas-aktivitas sosial perusahaan dikuantifikasikan dalam satuan uang dan menjadi hal yang sebaliknya dari pendekatan deskriptif. Sehingga laporan yang dihasilkan oleh pendekatan biaya yang dikeluarkan mempunyai kemampuan untuk diperbandingkan antara laporan suatu tahun tertentu, dengan laporan tahun yang lain. Sedangkan kelemahannya adalah tidak disajikannya manfaat yang diperoleh sehubungan dengan telah dikeluarkannya biaya untuk suatu kegiatan.

3) Pendekatan biaya manfaat (*the cost benefit approach*)

Pendekatan biaya manfaat mengungkapkan baik biaya maupun manfaat dari aktivitas-aktivitas sosial perusahaan. Pendekatan biaya manfaat mungkin merupakan pendekatan yang paling ideal. Namun, dalam kenyataannya sulit untuk menerapkannya, antara lain karena tidak adanya alat ukur manfaat dari yang dihasilkan atas biaya yang telah dikeluarkan untuk aktivitas-aktivitas sosial perusahaan.

Menurut Ansry Zulfikar seperti yang dikutip oleh Sonhaji (1989:9) memberikan beberapa teknik pengukuran yang dapat dipakai antara lain :

1) Penilaian Pengganti

Jika nilai dari sesuatu tidak dapat langsung ditentukan, maka kita dapat mengestimasiannya dengan nilai suatu pengganti, yaitu sesuatu yang kira-kira mempunyai kegunaan yang sama dengan yang diukur.

2) Teknik Survey

Teknik ini mencakup cara-cara untuk mendapatkan informasi dari mereka yang dipengaruhi, yaitu kelompok masyarakat yang dirugikan atau yang menerima manfaat. Pengumpulan informasi yang paling mudah adalah dengan bertanya langsung kepada anggota kelompok masyarakat yang ada.

3) Biaya Perbaikan dan Pencegahan.

Untuk biaya-biaya sosial tertentu dapat dinilai dengan mengestimasi pengeluarannya yang dilakukan untuk memperbaiki dan mencegah kerusakan.

4) Penilaian dari Penilai Independen.

Penilai-penilai yang independen dapat berguna untuk menilai barang-barang tertentu. Hal ini analog dengan penilaian pengganti yang dilakukan oleh ahli dari luar perusahaan.

5) Putusan Pengadilan

Putusan pengadilan, misalnya denda akibat dari suatu kegiatan yang sering menunjukkan nilai sosial.

Bentuk laporan tanggung jawab sosial sampai saat ini belum ada yang baku. Di Amerika, yang merupakan kiblat akuntansi di negara kita, praktek pelaporannya masih dilaksanakan dengan tidak seragam antara satu perusahaan dengan yang lainnya. Ada yang hanya menyajikan informasi sosial yang bersifat kualitatif sebagai catatan kaki atau keterangan tambahan pada penjelasan laporan keuangan. Ada yang menjalankannya dengan sederhana dan ada yang menjalankannya dengan kompleks.

Menurut Estes seperti yang dikutip oleh Sonhaji (1989 : 9) menemukan adanya bermacam-macam praktek pelaporan akuntansi sosial untuk pihak luar. Tiga tingkat cara pelaporan *social responsibility accounting* lembaga masyarakat, diantaranya adalah :

1) Praktek yang sederhana

Laporan ini hanya terdiri dari uraian yang tidak disertai dengan data kuantitatif, baik satuan uang maupun satuan yang lainnya.

2) Praktek yang lebih maju

Selain yang ditunjukkan dalam metode yang sederhana seperti di atas, juga menggunakan data kuantitatif untuk menunjukkan apa yang sudah dicapai perusahaan

3) Praktek yang paling maju.

Bentuk laporan yang selain berupa uraian data kualitatif dan kuantitatif perusahaan juga menyusun laporannya dalam bentuk neraca.

Menurut Diller seperti yang dikutip oleh Harahap (2003 : 371) ada beberapa teknik pelaporan akuntansi pertanggungjawaban sosial yaitu :

- 1) Pengungkapan dalam syarat kepada pemegang saham baik dalam laporan tahunan atau bentuk laporan lainnya.
- 2) Pengungkapan dalam catatan atas laporan keuangan
- 3) Dibuat dalam perkiraan tambahan misalnya melalui adanya perkiraan (akun) penyisihan kerusakan lokasi, biaya pemeliharaan lingkungan, dan sebagainya.

2.3.6. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Dalam essay Usmansyah (1989 : 31) mengutip Glautier dan Underdown, diterangkan ada tiga tahapan perkembangan filosofi manajemen yang menyangkut tanggung jawab, yaitu :

1) Tahapan pandangan manajemen klasik.

Pandangan ini muncul pada abad XIX dengan Milton Friedman sebagai pelopornya. Perusahaan berusaha dalam kapasitasnya untuk memenuhi permintaan pasar dan berusaha setinggi mungkin mencapai tingkat laba yang akan memuaskan pemiliknya. Disini, tidak diperhatikan dampak

sosial dari kegiatan perusahaan dan mengabaikan usaha untuk mengatasi dampak sosial tersebut.

2) Tahapan pandangan Manajemen Pertengahan.

Pandangan ini berkembang sekitar tahun 1970-an, dengan anggapan bahwa tujuan sosial penting dikaitkan dengan maksimalisasi laba. Manajer harus menyeimbangkan kepentingan pemilik perusahaan dengan kebutuhan para pegawai, pelanggan, pemasok dan masyarakat umum dalam pengambilan kebijakannya, untuk tujuan maksimalisasi laba di masa mendatang.

3) Tahapan pandangan Manajemen Modern.

Pandangan ini beranggapan bahwa laba adalah suatu alat untuk mencapai tujuan, dan bukannya merupakan tujuan itu sendiri. Harus terdapat pemenuhan kebutuhan yang sesuai, misal pegawai akan menerima tingkat gaji yang layak, pelanggan memperoleh produk dengan harga yang wajar dan mutu yang baik, pemenuhan kebutuhan pemilik terhadap modal yang lebih besar dan tingkat deviden yang tinggi dan sebagainya, di dalam kerangka yang tepat dan dapat diterima oleh masyarakat atau lingkungan sosial.

Jadi perusahaan dalam melaksanakan kegiatan operasinya secara langsung maupun tidak langsung harus mau berinteraksi dengan lingkungan sosialnya. Dikatakan Usmansyah (1989 : 6) bahwa sumber-sumber ekonomi yang digunakan oleh perusahaan semuanya berasal dari masyarakat. Oleh karenanya perusahaan seharusnya memberikan laporan kepada masyarakat umum tentang sumber-sumber ekonomi yang digunakan, hasil-hasil yang telah dicapai dan semua yang diakibatkan atas penggunaan sumber-sumber ekonomi tersebut, baik yang bersifat positif maupun negatif, dan hal tersebut sesuai dengan perkembangan yang terbaru dalam pandangan manajemen.

Sejauh mana tanggung jawab sosial perusahaan itu ada ? Dalam Graff (1990 : 1942) terdapat dua pandangan dalam tanggung jawab sosial perusahaan yaitu :

Pandangan yang sempit tentang tanggung jawab sosial, bahwa tujuan perusahaan hanyalah bersifat ekonomi. Penciptaan pekerjaan, memuaskan kebutuhan konsumen, dan menghasilkan laba merupakan tujuan utama, dan terlalu banyak perhatian pada tujuan sosial akan menjauhkan perusahaan dari tujuan-tujuan utama tadi.

Pandangan yang luas tentang tanggung jawab sosial, bahwa perusahaan memandang tanggung jawab sosial merupakan hal yang sangat penting dalam pengambilan keputusan bisnis, dan tujuan sosial seharusnya menjadi bagian dari tujuan perusahaan secara utuh. Tanggung jawab sosial mempunyai kepentingan tersendiri dalam bisnis dan merupakan bagian penting dalam kehidupan bisnis modern.

Selaras dengan paham kedua, dinyatakan oleh ahmad sonhaji (1989 : 7), pada sisi modern perusahaan tidak hanya memikirkan bagaimana menciptakan laba yang maksimal, tetapi juga harus aktif dalam kegiatan sosial kemasyarakatan, atau yang langsung mempengaruhi kondisi sosial ekonomis anggota masyarakat. Perusahaan harus memperhatikan kepentingan dari kelompok-kelompok yang ada dalam masyarakat yang mempengaruhi atau dipengaruhinya, antara lain para pekerja, pemegang saham, penanam modal, konsumen dan pelanggan, pemasok, lingkungan masyarakat sekitar, pesaing, serikat pekerja dan pemerintah.