

PERSPEKTIF PRAGMATIK, LINGKUNGAN DAN SOSIAL DALAM LAPORAN KEUANGAN: Peningkatan Kegunaan dan Pertanggungjawaban

Kumalahadi*

Laporan keuangan selama ini diklaim sebagai laporan untuk pengambilan keputusan dan pertanggungjawaban. Peran laporan keuangan untuk pengambilan keputusan didasarkan pada *information usefulness*. Untuk meningkatkan *usefulness* informasi dalam laporan keuangan diperlukan informasi *forward looking* dan informasi nonfinansial. Sedangkan peran laporan keuangan untuk pertanggungjawaban sudah lama diketahui. Tetapi seiring dengan perkembangan kecerdasan masyarakat, tuntutan masyarakat kepada perusahaan juga semakin banyak. Tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan yang selama ini kurang mendapatkan perhatian, perlu secara serius di atur dalam standar akuntansi, sehingga isu lingkungan dimasukkan dalam laporan keuangan dalam bentuk *accrued* maupun dalam bentuk *Disclosure*. Sedangkan format khusus diperlukan untuk laporan pertanggungjawaban sosial. Hal ini didasarkan pada isu *survival*; yaitu keberadaan perusahaan harus sesuai dengan keherdakan masyarakat dan mendapatkan legitimasi dari mereka. Di samping itu, masyarakat perlu dilibatkan dalam hal yang menyangkut nasib hidupnya.

PENDAHULUAN

Laporan keuangan selama ini terus disempurnakan, tetapi hasilnya nampak sangat lambat. Sementara pengembangan akuntansi telah berkembang secara parsial. Akuntansi keuangan nampak sebagai bidang tersendiri yang paling lambat. Hal ini bisa dipahami, karena akuntansi keuangan langsung berhubungan dengan praktik yang sarat dengan kepentingan. Sedangkan akuntansi lingkungan dan akuntansi sosial berjalan sendiri seakan-akan sebagai disiplin tersendiri, bahkan ingin memasukkan akuntansi keuangan sebagai bagiannya. Paper ini membahas mengenai (1) perspektif pragmatik laporan keuangan, yaitu upaya untuk meningkatkan kegunaan laporan keuangan untuk pertanggungjawaban dan pengambilan keputusan ekonomi, (2) perspektif lingkungan, yaitu upaya untuk meningkatkan kegunaan laporan keuangan untuk pertanggungjawaban dan pengambilan keputusan yang berhubungan dengan isu lingkungan, dan (3) perspektif sosial; yaitu upaya untuk meningkatkan laporan keuangan untuk pertanggungjawaban sosial.

PERSPEKTIF PRAGMATIK

Laporan keuangan menurut SFAC no. 1 digunakan untuk pertanggungjawaban dan untuk pengambilan keputusan. Sedangkan

* adalah Dosen Tetap Fakultas Ekonomi UII, Yogyakarta yang saat ini sedang menyelesaikan S3 di Program Pascasarjana UGM

SFAC No. 2 mensyaratkan laporan keuangan harus memenuhi kualitas *usefulness*. Untuk memenuhi kualitas *usefulness* tersebut diperlukan banyak informasi sesuai dengan kebutuhan *user*, sehingga diterbitkan SFAC No. 5 yang mencakup laporan keuangan dan pelaporan keuangan.

Laporan keuangan selama ini telah menerima banyak kritik. Tetapi ternyata dalam praktik, laporan keuangan hanya berubah sedikit. Dasar *historical cost* dan alokasi masih dianggap paling praktis. Banyak kritik yang menunjukkan bahwa metode akuntansi yang berbeda-beda menghasilkan angka akuntansi yang berbeda. Namun dari hasil penelitiannya Foster (1986:152-153) menunjukkan bahwa perbedaan angka akuntansi hasil metode akuntansi yang berbeda secara statistik tidak signifikan. Artinya perbedaan angka akuntansi akibat perbedaan metode akuntansi, masih memiliki interpretasi yang sama. Di samping itu alokasi walaupun mendapat banyak kritik, tetapi malah berfungsi sebagai *smoothing*, sehingga angka akuntansi lebih mudah digunakan untuk menggambarkan trend. Akibatnya daya prediksi akuntansi menjadi lebih baik.

Namun *user* inasih saja tidak puas terhadap informasi laporan keuangan yang dinilai sebagai *old news*. Banyak peneliti yang menyatakan ketidakpuasannya dengan perkembangan akuntansi yang didasarkan pada *information usefulness*. Banyak literatur akuntansi menyatakan bahwa laporan keuangan saat ini tidak menyajikan informasi yang sangat diinginkan oleh investor (Gray, 1994: 17-45; Lee, 1978; Puxty and Laughlin, 1983:1-51). *Decision usefulness* juga gagal untuk membedakan antara *information needs* dengan *information wants* (Sterling, 1972:198-208). Dalam hubungannya penelitian akuntansi yang berhubungan dengan pasar modal yang semakin banyak, Lev (1989:173) menyatakan bahwa respon pasar pada *bad news* dan *good news* dalam *earning* cukup kecil, bahkan setelah pengaruh peristiwa *economy wide* dimasukkan, variabilitas *abnormal return* yang dapat diatribusi dengan *earning* hanya 2 - 5% pada *narrow window*, sedangkan pada *window* yang lebih luas kontribusinya lebih besar tetapi masih jauh di bawah 20%. Dengan demikian sebagian besar *return* sekuritas dipengaruhi sebagian besar oleh faktor-faktor selain perubahan *earning*.

Sedangkan untuk pertanggungjawaban laporan keuangan hanya menyokong sistem kapitalis yang menyajikan informasi finansial kepada investor dan kreditor. Informasi kepada masyarakat dan informasi tentang lingkungan merupakan isu yang sedang kontroversial dalam pengembangan laporan keuangan untuk pertanggungjawaban. Laporan keuangan secara umum telah banyak menjadi obyek penelitian. Namun demikian masih saja banyak pihak yang tidak puas dengan praktik akuntansi yang menghasilkan laporan keuangan tersebut, sehingga cakupan standar akuntansi dalam SFAC No. 5 (1985) diperluas tidak hanya laporan keuangan dan catatan atas laporan

keuangan, tetapi juga mencakup *supplementary information* yang disebut sebagai pelaporan keuangan. Di samping itu terdapat pelaporan keuangan yang tidak dipengaruhi oleh FASB yaitu isi pelaporan keuangan yang tercakup dalam alat-alat lain pelaporan keuangan seperti MD & A (*Management Discussion & Analysis*). Informasi lainnya juga biasa dimasukkan dalam pelaporan keuangan seperti laporan analisis, statistik ekonomi dan sebagainya. Di samping itu laporan keuangan sebagai media pertanggungjawaban masih terlalu sempit, yaitu hanya kepada pemegang saham saja.

Berikut ini diuraikan tentang upaya-upaya penyempurnaan laporan keuangan. Urutan pembahasan diawali dengan upaya untuk meningkatkan kegunaan informasi laporan keuangan, selanjutnya dibahas tentang isu lingkungan dan terakhir dibahas mengenai pertanggungjawaban sosial.

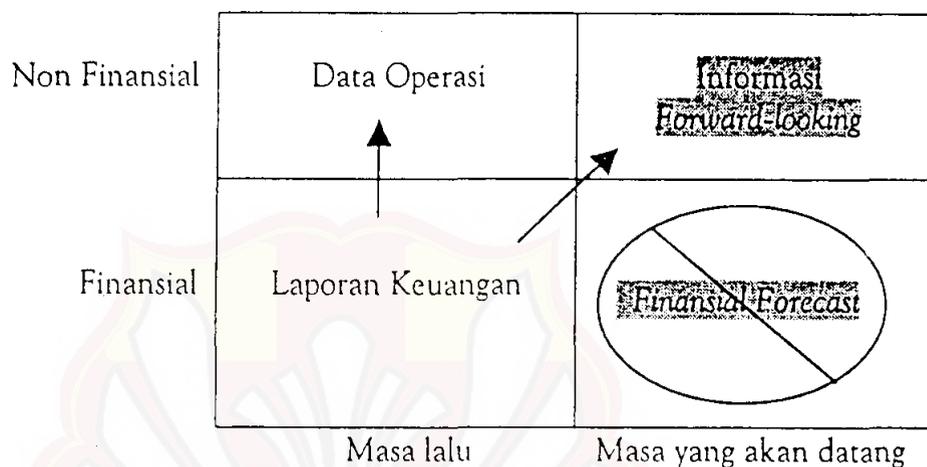
Upaya Penyempurnaan dan Peningkatan Kegunaan Laporan Keuangan

Upaya AICPA untuk memenuhi tuntutan para penggunanya telah membentuk Komite Jenkins yaitu komite khusus AICPA untuk memperbaiki *financial reporting*. Komite Jenkins tersebut telah menyelesaikan tugasnya dengan menghasilkan laporan : *improving business reporting a customer focus*. Ternyata hasil pekerjaan komite Jenkins ini menarik perhatian setiap orang yang mempunyai kepentingan dengan *business reporting*.

Memang *user* utama laporan keuangan (investor dan kreditor) selama ini menganggap bahwa laporan keuangan tersebut mengandung *good news* dan *bad news*. *Good news* maksudnya laporan keuangan dipandang sebagai komponen yang penting dari informasi yang diperlukan untuk mengambil keputusan kredit dan investasi, sedangkan *bad news* maksudnya laporan keuangan tidak dapat memenuhi kebutuhan informasi kunci sehingga mereka memandang bahwa *financial reporting* masih berguna tetapi harus diperbaiki (Noll and Weygandt 1997: 47).

Pelaporan keuangan yang diperluas menjadi pelaporan keuangan yang lebih sempurna sesuai usulan komite Jenkins disebut *business reporting*. Hal ini menunjukkan adanya perbaikan yang terus menerus pada *output* proses akuntansi khususnya laporan keuangan. Model *business reporting* yang diusulkan oleh Jenkin adalah model *business reporting* yang komprehensif yaitu mencakup informasi finansial dan informasi non finansial serta mencakup informasi masa lalu dan informasi yang akan datang (Noll and Weygandt, 1997:48). Informasi finansial masa lalu adalah laporan keuangan, sedangkan informasi masa lalu non finansial adalah data operasi. Informasi masa yang akan datang hanya mencakup informasi non finansial yaitu informasi yang mempunyai nilai prediksi (*forward working information*). Informasi finansial masa yang akan datang

dalam bentuk finansial *forecast* tidak direkomendasi. Untuk lebih jelasnya dibawah ini Noll and Weygandt (1997:48) menggambarkan model *business reporting* yang komprehensif yang diusulkan oleh Jenkin.



Dalam sosialisasi modelnya Jenkin, AICPA telah menyelenggarakan simposium yang dihadiri oleh user laporan keuangan, perusahaan penyusun laporan keuangan, akuntan publik, akademisi, *standard setter* dan regulator Amerika dan Kanada untuk membahas elemen-elemen model komprehensif yang diusulkan. Simposium tersebut telah memberikan fokus pada 3 hal utama: (1) apa yang menjadi kesepakatan dan ketidaksepakatan elemen informasi non finansial dalam model yang diusulkan, (2) apa yang menjadi kesepakatan dan ketidaksepakatan elemen informasi *forward looking* dalam model yang diusulkan dan (3) langkah apa yang harus dilakukan berikutnya dalam hubungannya dengan informasi yang diusulkan dalam model yang komprehensif. Jelas bahwa pertanyaan-pertanyaan tersebut didominasi oleh pertanyaan mengenai elemen-elemen informasi non finansial dan informasi *forward looking* (Noll and Weygandt, 1997:49).

Respon dari pertanyaan tersebut menyatakan bahwa sebagian besar responden sepakat bahwa informasi non finansial dan *forward looking* adalah penting untuk menilai peluang dan resiko. Dengan kata lain para user memerlukan informasi tersebut untuk membuat *informed decisions*. Di samping itu disepakati bahwa pelaporan keuangan harus mampu memenuhi kebutuhan para *customer*.

Memang model *business reporting* yang diusulkan oleh Jenkin menjadi lebih luas. Di samping itu informasi non finansial dan informasi *forward looking* mencapai cakupan yang sangat luas dan sangat bervariasi satu perusahaan dengan perusahaan lain. Untuk itu masalahnya adalah apakah pencantuman informasi non finansial dan informasi *forward looking* dalam model *business reporting* perlu diatur dengan standar atau tidak diatur dengan standar. Memang selalu ada

alasanya apakah memilih perlu standar atau memilih tidak perlu standar. Tetapi mengingat adanya variasi informasi yang relevan pada setiap kelompok perusahaan, maka sebaiknya dipilih yang tidak perlu diatur oleh standar. Biarkan pasar memutuskan sendiri, informasi apa yang diperlukan. Di samping itu dikembangkan *disclosure* yang paling baik memenuhi kebutuhan *user*; yaitu *disclosure* yang harus dikembangkan berdasarkan industri dan mendorong (tidak mensyaratkan) setiap perusahaan men-*disclose* data yang diperlukan *user* untuk membuat *informed decision*. Dari sini pasar akan memberikan *reward* dalam bentuk penilaian yang baik bagi perusahaan yang menyediakan informasi yang paling baik. Metodologi ini akan memberikan fleksibilitas bagi perusahaan untuk melaporkan informasi *non finansial* dan *forward looking*. Berikut ini Noll and Weygandt (1997:50) menyatakan bahwa dalam elemen-elemen model *business reporting* yang diusulkan oleh Jenkin adalah sebagai berikut:

1. Data finansial dan non finansial
 - Laporan keuangan dan *disclosure* yang berhubungan dengan laporan keuangan.
 - Data operasi *high level* dan pengukuran prestasi yang digunakan manajemen untuk mengelola *business*
2. Analisis manajemen terhadap data finansial dan non finansial
 - Alasan terhadap perubahan-perubahan dalam keuangan, operasi dan kinerja dan *trend* kunci dari pengaruhi masa lalu.
3. Informasi *forward looking*
 - Peluang dan resiko, mencakup hasil dari *trend* kunci
 - Rencana manajemen, mencakup faktor kesuksesan kunci
 - Perbandingan prestasi *business* nyata dengan *disclose* peluang, resiko dan rencana manajemen
4. Informasi manajemen dan pemegang saham
 - Direksi, manajemen, kompensasi, pemegang saham utama dan transaksi serta hubungan diantara *related parties*
5. *Background* perusahaan
 - Tujuan umum dan strategi
 - Cakupan dan deskripsi bisnis dan *properties*
 - Pengaruh struktur industri pada perusahaan

Sementara itu selaras dengan ekonomi yang berkembang sangat pesat, pemakai laporan keuangan juga semakin maju, sehingga mereka tidak hanya memerlukan informasi keuangan yang tradisional saja, tetapi juga memerlukan informasi-informasi lain (kualitatif) yang relevan (Drucker, 1995:26-27). Bila semua tuntutan masyarakat dipenuhi, sejalan

dengan usaha komite Jenkin tentu bentuk laporan keuangan akan semakin sesuai dengan kebutuhan user.

Perspektif Lingkungan - Akuntansi dan Disclosure Masalah Lingkungan

Menurut Paul Munter, Rene Sacasas and Elaine Garcia (1996:36-50) masalah lingkungan tidak hanya dihadapi oleh perusahaan besar saja tetapi juga oleh perusahaan kecil. Di USA telah diatur upaya untuk menjaga kelestarian lingkungan, misalnya : setelah pom bensin ditutup harus dilakukan perbaikan tanah yang dicemari minyak. Bengkel mobil harus menjaga limbah oli agar tidak mencemari tanah. Dengan demikian masalah lingkungan menjadi masalah yang sangat luas, yaitu masalah bagi perusahaan besar, perusahaan kecil dan masyarakat luas.

Akuntansi dalam menanggapi masalah ini masih sangat terbatas, seakan-akan isu lingkungan ini merupakan masalah kecil. Agar pertimbangan isu lingkungan ini sedikit lengkap dapat dipahami, perlu diketahui perkembangan aturan lingkungan di USA. Menurut Munter, Sacasas dan Garcia (1996:36-50) perkembangan aturan lingkungan di USA adalah:

Undang-undang (UU) lingkungan di USA bermula di penghujung tahun 1950-an baik di tingkat lokal, *state* dan *federal*. Undang-undang tersebut dimaksudkan untuk menurunkan polusi air dan udara. Pada perkembangan di dasawarsa berikutnya, undang-undang lingkungan tersebut disempurnakan dan ditambah sesuai dengan tuntutan masyarakat. *Environmental protection agency* (EPA) dibentuk 1970 untuk bertanggung jawab terhadap masalah undang-undang lingkungan di tingkat *federal* untuk mengatur polusi udara dan air, buangan sisa tanah, *supply* air, pengendalian pestisida dan radiasi dari *ocean dumping*. Pada perkembangan berikutnya EPA ini diperluas untuk mencakup masalah polusi yang lain seperti buangan sisa *toxic* dan hujan asam.

Secara umum masalah lingkungan mencakup polusi udara, polusi air dan buangan sisa. Polusi udara meliputi hujan asam, urban smog, *toxin* yang naik ke udara, penipisan *ozon* dan masalah-masalah lain. Walaupun masalah-masalah tersebut dihadapi oleh perusahaan besar namun telah terjadi perubahan definisi *polluter*, seperti toko cat dan *bakery* saat ini masuk kategori sebagai *polluter* sebagaimana penghasil *sulfur dioxide*. Tetapi anehnya perusahaan tidak dilarang menjual fasilitas yang menghasilkan polusi. Polusi air mencakup segala buangan ke sungai dan yang mencemari air tanah sehingga undang-undang air bersih secara umum mensyaratkan perusahaan untuk memasang alat pengendali untuk pengendalian polusi air. UU polusi air menjangkau tidak hanya perusahaan besar, tetapi juga perusahaan

kecil, dalam industri konstruksi, pertanian, *dry cleaning*, *mining* sampai pada taman hiburan. Buangan sisa dapat berupa sampah atau sisa apa saja yang mencemari lingkungan. Buangan sisa dapat merusak tanah, air minum dan kesehatan.

Pada tahun 1980 *Congress* mengesahkan *comprehensive environmental response compensation and liability act* (CERCLA) atau *superfund* untuk mengatur masalah kerusakan tempat akibat buangan sisa yang tidak terkendali yang semakin meningkat. Di bawah *Superfund*, menurut Beth, McNichols and Wilson (1997:72-81) EPA melakukan (1) identifikasi dan penilaian tempat yang rusak akibat bahan yang merusak lingkungan ditumpahkan, disimpan atau dibuang di tempat tersebut (2) menentukan *Superfund site* (tempat yang paling mendapatkan perhatian *Superfund*) yang paling rusak, (3) Identifikasi *Potentially Responsibility Parties* (PRP) pada setiap tempat yang rusak (termasuk *Superfund site*), (4) menegosiasi penyelesaian perbaikan kerusakan lingkungan PRP, (5) memerintahkan PRP untuk memperbaiki tempat yang rusak, (6) menuntut PRP biaya penggantian dan denda perbaikan tempat yang rusak, bila PRP menolak.

Tempat tersebut selanjutnya dirangking berdasarkan layak tidaknya digunakan untuk tujuan yang lain (setelah mempertimbangkan sejumlah faktor). Bila tempat tersebut memerlukan pembersihan dan perbaikan EPA bisa minta pemilik atau pihak yang lain bertanggung jawab terhadap tempat yang terkontaminasi tersebut.

Dari uraian di atas, semua calon pembeli dan mereka yang akan menjadi pemilik berikutnya (kreditur penyita) harus terlebih dahulu mengevaluasi kemungkinan kewajiban lingkungan dari setiap tanah dan *property* sebelum mereka peroleh, jangan sampai mereka secara finansial dan hukum bertanggung jawab terhadap masalah-masalah lingkungan di masa yang akan datang.

Isu Lingkungan dalam Laporan Keuangan. Pedoman akuntansi dan pelaporan terhadap *accrual* dan *Disclosure* kewajiban lingkungan terdapat pada beberapa sumber menurut Munter, Sacasas and Garcia (1996 36-50), yaitu :

1. SFAS No. 5 mengenai akuntansi untuk *contingency*.
2. FASB *interpretation* No. 14 mengenai estimasi jumlah kerugian yang dapat diterima.
3. FASB *interpretation* No. 39 mengenai *off setting* jumlah yang berhubungan dengan kontak-kontrak tertentu.

Accrual of Environmental Cost. Sebagaimana dalam evaluasi *contingency* yang lain, pedoman utama dapat ditemukan dalam SFAS No. 5 yang menyatakan bahwa rugi *contingency* harus diakui bila kerugian tersebut dapat dinyatakan *probable* dan dapat ditaksir jumlahnya. Memang SFAS No. 5

dapat menjadi pedoman yang cukup dalam melakukan evaluasi banyak kewajiban *contingency*, tetapi ketika diterapkan pada kewajiban lingkungan, perusahaan dihadapkan dengan banyak kesulitan karena perubahan aturan dan perundang-undangan dan perubahan teknologi. Dalam hal ini Barth, McNichols and Wilson (1997:72-81) menyatakan bahwa sulitnya estimasi kewajiban lingkungan karena total biaya perbaikan tempat pembuangan yang rusak jumlahnya besar, sangat tidak pasti dan tidak diketahui sepenuhnya selama 30 tahun atau lebih ke depan. Sekali perusahaan masuk dalam kelompok PRP, maka perusahaan tersebut akan menghadapi ketidakpastian bagian alokasi biaya perbaikan yang dibebankan kepadanya.

Dari uraian di atas untuk tujuan pelaporan kewajiban lingkungan nampak bahwa semua perusahaan perlu hati-hati dalam melakukan evaluasi kegiatannya untuk menentukan apakah terdapat kewajiban lingkungan. Bila perusahaan dapat mengidentifikasi adanya masalah lingkungan dan ternyata perusahaan harus berpartisipasi untuk melakukan pembersihan akibat pencemaran, maka perusahaan harus menentukan apakah *accrual* tepat untuk digunakan, kecuali jumlahnya tidak material. Munter, Sacasas and Garcia (1996:36-50) berpendapat bahwa mengakui jumlah taksiran yang kasar (yang nantinya perlu direvisi) merupakan pendekatan akuntansi yang lebih baik daripada menunggu informasi yang lebih teliti tersedia pada waktu kemudian.

Disclosure. Apakah *disclosure* kewajiban lingkungan perlu disediakan berdasarkan *site* tertentu (*site-specific base*)? Namun cara ini akan memicu terjadinya biaya legal dan biaya lain yang tidak terjadi selama ini, yaitu perusahaan khawatir langsung dimasukkan ke dalam PRP oleh EPA atau bahkan masuk dalam kategori prioritas *Superfund*, sehingga konsekuensinya bagi perusahaan sangat mahal.

Pembersihan lingkungan dapat dipisahkan menjadi dua kelompok yaitu (1) *superfund site* (*site* lain yang pembersihannya sesuai dengan arah pemerintah) dan (2) *site* yang memerlukan pembersihan dengan cara lain. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa keterlibatan perusahaan dalam pembersihan sudah menjadi masalah publik. Jadi argumen ini menyatakan bahwa *disclosure* berdasarkan tempat tertentu diperlukan ketika perusahaan dilibatkan pembersihan *site* oleh *superfund*.

Disclosure lingkungan dalam praktik; seiring dengan semakin meningkatnya tuntutan masyarakat terhadap kepedulian lingkungan dan semakin diaturnya masalah lingkungan dalam bentuk undang-undang, maka jumlah *disclosure* lingkungan dalam *annual reports* meningkat sejak 1989 (Gamble et al. 1995). Sedangkan menurut *survey* KPMG selama 1994-1995 perusahaan-perusahaan yang *disclose* lingkungan di UK semakin meningkat, tetapi kurangnya standar atau pedoman, bersamaan dengan adanya ketidakpastian kepada siapa *disclose* lingkungan tersebut ditujukan, membuat pelaporan isu lingkungan tersebut

sangat bervariasi (anonymous,1996). Sedangkan dari sisi manajemen, luasnya *disclose* kewajiban lingkungan berhubungan dengan 4 faktor yaitu (1) peraturan, termasuk tindakan pemaksaan, (2) peradilan dan negosiasi, (3) implikasi pasar modal dan (4) pengaruh peraturan yang lain. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa seiring dengan semakin banyaknya peraturan-peraturan dan pemaksaan hukum, jumlah *disclose* isu lingkungan semakin meningkat, tetapi karena pedomannya belum jelas dan kepada siapa *disclose* tersebut ditujukan. Maka *disclose* isu lingkungan masih sangat variatif. Untuk itu perlu pedoman yang jelas dalam pelaporan lingkungan beserta menentukan secara jelas siapa user isu lingkungan yang sebenarnya.

Perspektif Sosial - Pertanggungjawaban Sosial

Pertanggungjawaban sosial bukan merupakan fenomena yang baru, tetapi merupakan akibat dari semakin meningkatnya isu lingkungan di akhir 1980-an. Pertanggungjawaban sosial merupakan manifestasi kepedulian terhadap tanggung jawab sosial dari perusahaan. Sejarah telah mencatat perkembangan hubungan organisasi dengan masyarakat dan berkembangnya akuntansi untuk pertanggungjawaban sosial. Seakan-akan akuntansi pertanggungjawaban sosial telah berkembang dengan tiba-tiba dan belum mendapatkan perhatian yang serius dari profesi. Namun demikian akuntansi untuk pertanggungjawaban sosial telah mengarah pada proses komunikasi pengaruh sosial dan lingkungan kegiatan ekonomi organisasi kepada kelompok kepentingan tertentu dalam masyarakat dan kepada masyarakat secara luas (Rob Gray et.al, 1996:112). Akuntansi untuk pertanggungjawaban sosial merupakan perluasan pertanggungjawaban organisasi (perusahaan) di luar batas-batas akuntansi keuangan tradisional, yaitu menyediakan laporan keuangan tidak hanya kepada pemilik modal khususnya pemegang saham. Perluasan ini didasarkan pada anggapan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab yang lebih luas dan tidak sekedar mencari uang untuk para pemegang saham.

Salah satu tujuan akuntansi untuk tujuan sosial adalah untuk melakukan pertanggung-jawaban sosial organisasi. Pertanggungjawaban sosial timbul jika organisasi mempunyai tanggung jawab, bila organisasi merasa tidak memiliki tanggung jawab maka tidak akan ada pertanggungjawaban sosial. Untuk itu model pertanggungjawaban sosial harus eksplisit. Pandangan tentang sifat dan luasnya tanggung jawab sosial dari suatu organisasi tergantung pada bagaimana seseorang memandang dunia, seperti apa dunia ini sebagaimana diyakininya. Dalam hal ini memang terdapat perbedaan yang besar pada setiap kelompok masyarakat. Berikut ini beberapa kelompok masyarakat yang berbeda memandang hubungan organisasi-masyarakat :

1. Kelompok kapitalis murni adalah mereka yang melihat demokrasi ekonomi liberal sebagai cita-cita yang ideal tentang bagaimana dunia berlangsung dan suatu cara yang seharusnya demikian. Dalam perusahaan swasta para eksekutif adalah karyawan pemilik. Eksekutif tersebut memiliki tanggung jawab langsung dengan majikannya. Tanggung jawab tersebut adalah untuk menjalankan bisnis sesuai dengan keinginan majikan, yang secara umum eksekutif harus dapat menghasilkan uang sebanyak mungkin dengan cara yang sesuai dengan aturan dasar masyarakat yang melekat dalam hukum dan kebiasaan etik (Friedman, 1970:122-126). Namun demikian pemegang saham tentu tidak akan memberikan toleransi suatu jumlah yang digunakan kegiatan yang bersifat non profit yang dapat mengurangi deviden (Hetherington, 1973:48-53). Pandangan ini tentu bertentangan dengan semangat tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat. Pandangan yang bijaksana adalah pandangan yang mempertimbangkan kesejahteraan dan stabilitas ekonomi jangka panjang yang hanya dapat dicapai dengan diterimanya tanggung jawab minimal yang lebih luas (biasanya minimal).

Isu yang penting adalah bagaimana memenuhi kelompok-kelompok yang memiliki *value* yang berbeda-beda yaitu *value* yang berhubungan dengan ekonomi pasar seperti efisiensi, kebebasan, inovasi, desentralisasi, insentif dan pencapaian individual. Sedangkan *value* yang lain berhubungan dengan hak politik dan sosial seperti kesamaan peluang, hak setiap individu untuk berpartisipasi dalam keputusan yang penting yang mempengaruhi hidupnya, hak untuk sehat sesuai standar, pendidikan, martabat dan *privacy* pribadi. Apa yang terus menerus dihadapi adalah pilihan yang sulit dan hubungan yang diperlukan untuk mencapai keseimbangan di antara semua nilai-nilai tersebut. Pandangan ini dianggap sebagai pencerahan kepentingan pribadi oleh Gray et.al (1996:57).

2. Pendukung kontrak sosial yang memandang bahwa perusahaan dan organisasi lain ada sebagai kehendak masyarakat dan selanjutnya ditentukan sesuai keinginan masyarakat. Menurut Shocker and Sethi (1973:97-105) bahwa setiap institusi sosial dan bisnis tanpa kecuali beroperasi dalam lingkungan masyarakat melalui kontrak sosial yang mengatakan bahwa *survival* dan pertumbuhan institusi tersebut didasarkan pada :
 - a. Penyampaian beberapa hasil akhir yang secara sosial diinginkan kepada masyarakat secara umum.
 - b. Distribusi manfaat ekonomi, sosial dan politik kepada kelompok-kelompok agar mendapatkan *power*.

Dalam masyarakat yang dinamis, tidak ada sumber kekuasaan institusional atau kebutuhan terhadap pelayanan yang sifatnya

permanen. Selanjutnya suatu institusi harus secara terus menerus memenuhi pengujian legitimasi dan relevansi dengan menunjukkan bahwa masyarakat membutuhkan jasanya dan perusahaan telah mendapatkan pengesahan dari masyarakat (Shoeker and Sethi, 1973:97-105). Setiap perusahaan besar harus dianggap sebagai perusahaan sosial, yaitu sebagai suatu entitas yang keberadaannya dan keputusannya dapat dijustifikasi (dipengaruhi oleh) sejauh perusahaan tersebut mampu melayani publik atau tujuan sosial (Dahl, 1972: 17-25).

3. *Social ecologist* adalah mereka yang peduli terhadap lingkungan manusia. Dalam arti yang sangat luas mereka melihat akan terjadi masalah yang serius jika tak ada satupun yang dikerjakan dalam interaksi organisasi lingkungan dan mereka berpendapat bahwa organisasi yang besar secara khusus telah terpengaruh dengan adanya masalah sosial dan lingkungan.

Kerusakan mendasar akibat cara perusahaan beroperasi dengan etos ekspansinya tidak bisa terus menerus berlangsung, sehingga cara-cara tersebut harus segera dihentikan agar tidak menyengsarakan umat manusia. Upaya untuk menghentikan kerusakan-kerusakan tersebut merupakan pandangan yang bijaksana, menyelamatkan generasi di masa yang akan datang, humanis dan melakukan perubahan-perubahan yang terukur (Goldsmith, 1972:15)

4. Sosialis cenderung mempercayai bahwa dominasi sosial, ekonomi dan politik saat ini oleh modal adalah bertentangan dengan prinsip-prinsip sosialis, sehingga diperlukan *readjustment* yang signifikan terhadap pemilikan dan struktur masyarakat.
5. *Radical feminist* yang memandang bahwa sistem ekonomi, sosial, politik dan bisnis merupakan *construct* pria yang menekankan pada agresi, konflik, persaingan dan sebagainya sehingga menolak *feminine values* seperti keharuan, cinta, kerjasama dan nilai lainnya. Mereka memandang bahwa tidak ada kebijaksanaan dan cara yang penuh kasih dalam mengelola dunia ini.

Makna khusus dalam sistem bisnis yang diharapkan secara holistik adalah *sustainability*. *Sustainability* menjadi sangat penting karena, (1) *sustainability* menjadi agenda politik dan bisnis dunia, (2) *sustainability* secara universal dapat diterima (Gray et.al, 1996). Namun demikian *sustainability* seperti serigala berbulu domba yaitu (1) walaupun *sustainability* secara umum digunakan untuk merujuk isu planet bumi, tetapi juga merupakan konsep sosial yang penting yaitu *sustainability* dapat dibagi menjadi elemen sosial (*eco-justice*) dan elemen lingkungan (*eco-efficiency*) (Gladwin, 1993), (2) terdapat *gap* yang luas antara pola konsumsi dan produksi saat ini di satu sisi dengan *sustainability* sebagian *way of life* di sisi lain.

Dari uraian di atas, pertanggungjawaban sosial menjadi sangat penting. Gray (1996:66) menyatakan bahwa perspektif *stakeholder* terdiri atas pandangan dunia yang berpusat ke perusahaan (analisis *stakeholder*) dan pandangan dunia yang berpusat ke masyarakat (pertanggungjawaban). Dari pandangan perusahaan seseorang berkepentingan untuk menilai pertanggungjawaban perusahaan kepada *stakeholder*-nya. Untuk itu perusahaan harus mengetahui apa yang diinginkan oleh *stakeholder*-nya agar dapat mengelola laporan pertanggungjawabannya.

Agar perusahaan mengetahui apa yang diinginkan oleh *stakeholder*-nya, perusahaan harus dapat menilai *substantive environment* yang terdiri atas *primary level*, *secondary level* dan *tertiary level* (Gray et.al 1996:66-70). Pada *primary level*, digambarkan interaksi medium perusahaan *manufacturing* dengan lingkungan yaitu pemegang saham, pemerintah otoritas lokal, bank, dana pensiun dan asuransi, konsumen, karyawan, industri-industri nasional, perusahaan pembuat barang modal, perusahaan pembuat barang dan jasa (barang konsumsi). Mereka memiliki hak untuk mendapatkan informasi pertanggungjawaban. Sedangkan dari sudut pandang perusahaan, mereka mempunyai pengaruh yang langsung dengan keberadaan dan kesuksesan perusahaan. Bagi perusahaan interaksi dengan lingkungannya berarti memelihara *goodwill* atau legitimasi.

Pada *secondary level* menggambarkan interaksi sosial perusahaan. Perusahaan beranggapan bahwa tujuan orientasi laba yang sempit berarti mengelola *stakeholder* hanya untuk jangka waktu yang pendek saja. *Secondary level* ini menggambarkan interaksi medium perusahaan *manufacturing* dengan lingkungannya yang lebih luas yaitu penggunaan infrastruktur, pengaruh estetika, kesehatan karyawan dan kepuasan status, opsi konsumen dan kesejahteraan, advertensi, sampah sisa, teknologi baru dan sumber-sumber, dan *social opportunity cost*. Akhirnya pada *tertiary level*. Pada level ini interaksi antara organisasi secara individual dengan lingkungannya tidak sepenting interaksi sistem ekonomi organisasi secara keseluruhan. *Tertiary level* ini menampakkan teori yang mendasari keberadaan organisasi. Pengaruh yang berhubungan dengan sistem organisasi demikian tidak kelihatan dari situ untuk dipahami.

Tertiary level ini menggambarkan interaksi dalam sistem organisasional yang lebih kompleks yaitu menyangkut seperti apa yang kita inginkan, sehingga menghasilkan pilihan dan sistem di masa yang akan datang. Interaksi tersebut berhubungan dengan: kualitas kebebasan, sikap (moral, pendidikan, budaya dan estetika), tingkat informasi (berita), warisan budaya, dunia ketiga, sistem, pilihan individu, kesehatan, lingkungan, sistem hukum yang adil.

Beberapa aspek penting dalam pelaporan untuk pertanggungjawaban sosial meliputi subyek laporan, *audience* laporan, isi laporan,

motivasi laporan dan *Reliability* (Gray et.al, 1996:83). Semakin jelas aspek-aspek tersebut, semakin sesuai laporan untuk pertanggungjawaban sosial dengan tuntutan lingkungannya.

Subyek pelaporan untuk pertanggungjawaban sosial meliputi pemegang saham, investasi, karyawan, konsumen, masyarakat, lingkungan; pengaruh bisnis, lingkungan dan sosial secara total; kebijakan umum, etika dan standard, pemerintah dan hubungan dengan negara lain. Sedangkan *audience* pelaporan untuk pertanggungjawaban sosial adalah pemegang saham, pasar finansial dan *intemdiary*, karyawan, manajemen, serikat buruh, calon karyawan, kelompok-kelompok kepentingan, *pressure group*, media, pemerintah, badan pembuat peraturan, pesaing, perusahaan lain sejenis, *industry group*, konsumen, *supplier* dan masyarakat secara umum. Isi pelaporan untuk pertanggungjawaban sosial mencakup laporan narasi mengenai pernyataan-pernyataan, tujuan dan fakta-fakta, laporan kuantitatif perbandingan target dan realisasi, dan laporan keuangan. Motivasi pelaporan untuk pertanggungjawaban sosial adalah untuk pertanggungjawaban, etika dan motivasi lain yang dibutuhkan masyarakat.

Reliability berhubungan dengan seberapa jauh seseorang mempercayai suatu informasi. *Reliability* pelaporan untuk pertanggungjawaban sosial didasarkan pada data taksiran dan *partial*, laporan hasil dari internal audit dan sistem informasi dan laporan yang telah diaudit oleh pihak eksternal.

KESIMPULAN

Dalam upaya menyempurnakan laporan keuangan untuk meningkatkan kegunaannya telah dikembangkan suatu model yang lebih menyeluruh yang disebut *Business reporting* yang isinya di samping laporan keuangan adalah informasi non finansial dan informasi *forward looking*. Sedangkan upaya untuk memasukkan informasi lingkungan diperlukan standar yang lebih lengkap agar terdapat keseragaman perusahaan-perusahaan dalam memasukkan masalah lingkungan dalam laporan keuangan baik *diaccrued* maupun *didisclose*. Laporan untuk pertanggungjawaban sosial memang masih sangat ideal, tetapi dengan memperhatikan tuntutan masyarakat terhadap peran nyata dan kepedulian perusahaan untuk kepentingan sosial, sudah waktunya laporan keuangan memasukkan isu pertanggungjawaban sosial.

Dari uraian di atas, nampak bahwa laporan keuangan menjadi sangat luas dan batas-batasnya tidak jelas. Namun penulis telah membuka wacana permasalahan akuntansi yang sangat luas. Dalam praktik diperlukan penyempurnaan laporan keuangan yang memiliki dimensi pragmatik, lingkungan dan sosial sebagaimana diuraikan di atas.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonymous. 1996. "UK Business Lag on Green Reporting." *Management Accounting* Jul/Aug Vol.7:5-7.
- Beth, Mary E., Maureen F. McNichols and G. Peter Wilson. 1997. "Factors Influencing Firms' Disclosure about Environmental Liabilities." *Review of Accounting Studies* No.2:72-81.
- Dahl, R.A. 1972. "A Prelude to Corporate Reform." *Business and Society Review* Spring:58. Dalam Gray, Rob, Dave Owen and Carol Adams. 1996. "Accounting and Accountability", *Change and Challenge Incorporate Social and Environmental Reporting*. New York: Prentice Hall: 58.
- Drucker, Peter F. 1995. "The Information Executive Truly Need." *Harvard Business Review* Jan-Feb:26-27.
- FASB. 1978. "SFAC No.1."Objective of Financial Reporting By Business Enterprise." *FASB of The Financial Accounting Foundation*. Nov:3021-3038.
- FASB. 1980. "SFAC No.2. Qualitative Characteristic of Accounting Information." *FASB of The Financial Accounting Foundation* Mei:3039-3079.
- FASB. 1984. "SFAC No.5 Recognition and Measurement in Financial Statement of Business Enterprise." *FASB of The Financial Accounting Foundation* Dec:3147-3182.
- Foster, George. 1986. *Financial Statement Analysis*. New York: Prantice-Hall International, Inc.:152-153.
- Friedman. 1970. "The Social Responsibility of Business is to Increase Its Profit." Pp. 122-126 in *New York Time Magazine*. Dalam Gray, Rob, Dave Owen and Carol Adams. 1996. "Accounting and Accountability", *Change and Challenge Incorporate Social and Environmental Reporting*. New York: Prentice Hall: 97.
- Gamble, George O.; Devaun Kite and Robin R. Radke. 1995. "Environmental Disclosures in Annual Reports and 10Ks: An Examination." *Accounting Horizon* Sept, V. 9, N.3:34-54.
- Gladwin, Thomas N. 1993. "Envisioning The Sustainable Corporation" in *Managing For Environment Excellence*. Woshington, DC: Island Press:. Dalam Gray, Rob, Dave Owen and Carol Adams. 1996. "Accounting and Accountability", *Change and Challenge Incorporate Social and Environmental Reporting*. New York: Prentice Hall: 61.

- Goldsmith, et al. 1972. *Blueprint For Survival*. Harmondsworth: Penguin.
- Dalam Gray, Rob, Dave Owen and Carol Adams. 1996. "Accounting and Accountability", *Change and Chalange Incoporate Social and Environmental Reporting*. New York: Prentice Hall: 58.
- Gray, Rob, Dave Owen and Carol Adams. 1996. "Accounting and Accountability", *Change and Chalange Incoporate Social and Environmental Reporting*. New York: Prentice Hall:1-339.
- Gray, R.H. 1994. "The Accounting Profession and The Environmental Crisis (or Can Accountancy Save The World)." *Meditari* :1-51. Dalam Gray, Rob, Dave Owen and Carol Adams. 1996. "Accounting and Accountability", *Change and Chalange Incoporate Social and Environmental Reporting*. New York: Prentice Hall:75.
- Hetherington, J.A.C. 1973. "Corporate Social Responsibility Stakeholder and The Law." *Journal countemporary Business Winter*:48-58. Dalam Gray, Rob, Dave Owen and Carol Adams. 1996. "Accounting and Accountability", *Change and Chalange Incoporate Social and Environmental Reporting*. New York: Prentice Hall:57.
- Lee, T.A. 1978. *The Cash Flow Alternative For Corporate Financial Reporting*. Amsterdam: Martinus Nijhoff. Dalam Gray, Rob, Dave Owen and Carol Adams. 1996. "Accounting and Accountability", *Change and Chalange Incoporate Social and Environmental Reporting*. New York: Prentice Hall:75.
- Lev, Bruch. 1989. "On The Usefulness of earnings and Earning Reserach: Lessons and Directions From Two Decades of Empirical Research." *Journal of Accounting Research* September, Vol 27:153-188.
- Munter. Paul; Rene Sacasas and Elaine Gracia. 1996. "Accounting and Disclosure of Environmental Contingencies." *CPA Journal* :36-50.
- Noll, Daniel J. and Jerry J. Weygrandt. 1997. "Business Reporting What Come Next." *Journal of accountancy* Feb:47-50.
- Puxty. AG and Laughlin. 1983. "A Rational Construction of The Decision Usefulness Criterion." *Journal of Business, Finance and Accounting* :543-560. Dalam Gray, Rob, Dave Owen and Carol Adams. 1996. "Accounting and Accountability", *Change and Chalange Incoporate Social and Environmental Reporting*. New York: Prentice Hall: 75.
- Sethi, Shocker and. 1973. "An Approach To Incorporating Societal Preferences in Developing Corporate Action Strategies." *California management Review* Summer:97-105. Dalam Gray, Rob, Dave Owen and Carol Adams. 1996. "Accounting and Accountability",

Change and Chalange Incoporate Social and Environmental Reporting.
New York: Prentice Hall:58.

Sterling, R. 1972. "Decision Oriented Financial Accounting." *Accounting Business Reserach* Summer. Dalam Gray, Rob, Dave Owen and Carol Adams. 1996. "Accounting and Accountability"; *Change and Chalange Incoporate Social and Environmental Reporting.* New York: Prentice Hall:75.



PENGUNGKAPAN KINERJA SOSIAL: WUJUD PERTANGGUNGJAWABAN PERUSAHAAN KEPADA PUBLIK

Firma Sulistiyowati

Dosen Tetap Fakultas Ekonomi
Universitas Sanata Dharma Yogyakarta

Abstract

Disclosure of corporate social performance will be urgently expected. It can be reported by financial and non financial information in annual report or social report separately. Pollution, depletion of resources, waste, product quality and safety, the rights and status of workers, and the power of the large corporations are issues which have become the focus of increasing attention and concern. This paper discusses how corporations must disclose social performance reporting as the responsibility of corporations to the public.

Key words: disclosure, corporate social performance.

1. PENDAHULUAN

Selama kurang lebih 30 tahun terakhir ini kesadaran publik akan peran perusahaan di masyarakat telah mengalami perkembangan yang pesat. Banyak perusahaan yang telah berjasa dalam kemajuan ekonomi dan teknologi justru mendapat kritikan karena kurang memperhatikan masalah sosial. Polusi, deplesi sumber daya, limbah, kualitas dan keamanan produk, hak dan status pekerja, serta kekuasaan dari perusahaan besar menjadi isu-isu penting yang mendapat perhatian banyak pihak (Gray, 1987:1). Tekanan dari berbagai pihak yang berkaitan dengan dampak yang ditimbulkan dari aktivitas bisnis ditujukan tidak hanya pada perusahaan swasta tapi juga perusahaan publik. Oleh karena itu perusahaan perlu akuntabel kepada masyarakat luas, bukan hanya pada kelompok tertentu seperti pemegang saham dan kreditur saja. Menurut Friedman (1962) perusahaan perlu memiliki pertanggungjawaban sosial untuk memaksimalkan profit. Sedangkan menurut Holmes (1976) dan Ostlund (1977)

perusahaan memiliki kewajiban untuk membantu masyarakat, bahkan jika perlu mengurangi profit.

Peningkatan kesadaran akan tanggung jawab sosial perusahaan bertambah dengan adanya kritik mengenai penggunaan profit sebagai ukuran kinerja perusahaan secara *all-inclusive*. Untuk merespon hal tersebut, beberapa institusi akuntansi mulai mempertimbangkan akuntansi sosial perusahaan pada pertengahan tahun 1970-an (Ramathan, 1976). Kemajuan selanjutnya adalah banyak peneliti yang mulai melihat akuntansi sosial perusahaan melalui perspektif teoritis yang berbeda-beda, termasuk di dalamnya *stakeholder theory*, *social contract theory* dan *legitimacy theory*.

Meskipun kurangnya konsensus dalam profesi akuntansi dan literatur akuntansi secara teoritis tentang bagaimana perusahaan harus mengungkapkan informasi pertanggungjawaban sosial, namun telah terjadi peningkatan jumlah perusahaan yang secara sukarela mengungkapkan aktivitas pertanggungjawaban sosial dalam laporan tahunannya. Pengungkapan sosial perusahaan dapat didefinisikan sebagai pengungkapan informasi finansial dan non finansial yang berhubungan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan secara fisik dan sosial, seperti yang dilaporkan dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial secara terpisah (Guthrie and Mathew, 1985), termasuk di dalamnya lingkungan secara fisik, energi, sumber daya manusia, dan hal-hal yang terlibat dalam masyarakat.

Tulisan ini akan membahas mengenai bagaimana dan seberapa jauh perusahaan mengungkapkan kinerja sosial sebagai salah satu bukti pertanggungjawaban perusahaan kepada publik.

2. TEORI UNTUK MENGANALISIS DAN MENJELASKAN PERTANGGUNGJAWABAN SOSIAL PERUSAHAAN

Beberapa teori yang digunakan untuk menganalisis dan menjelaskan pertanggungjawaban sosial perusahaan antara lain (Moir, 2001):

2.1. Stakeholder Theory

Stakeholder theory merupakan teori yang digunakan oleh perusahaan untuk menganalisa suatu kelompok, kepada siapa perusahaan bertanggung jawab. Menurut Freeman (1984), perusahaan digambarkan sebagai kumpulan dari hubungan-hubungan para *stakeholder*. Definisi klasik Freeman mengenai *stakeholder* adalah kelompok atau beberapa individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian sasaran organisasi (Freeman, 1984:46). Secara khusus, *stakeholder* dianalisis menjadi dua kelompok, yaitu *stakeholder* primer dan *stakeholder* sekunder. *Stakeholder* primer merupakan orang yang sangat dibutuhkan partisipasinya bagi kelangsungan hidup perusahaan (Clarkson, 1995:106). Yang termasuk di dalam kelompok *stakeholder* primer adalah *shareholder*, investor, karyawan, pelanggan, pemasok, dan kelompok *stakeholder* publik, yaitu pemerintah, kepada siapa perusahaan membayar pajak dan masyarakat, sebagai penyedia infrastruktur dan pasar. *Stakeholder* sekunder didefinisikan sebagai orang yang mempengaruhi atau dipengaruhi oleh perusahaan, tapi tidak berpengaruh penting bagi kelangsungan hidup perusahaan.

Berkaitan dengan isu pertanggungjawaban sosial, isu utama yang berkaitan dengan analisa *stakeholder* adalah motivasi perusahaan untuk bertanggung jawab kepada *stakeholder*. Pertanggungjawaban sosial perusahaan harus didasarkan pada tujuan dan nilai-nilai yang memberikan kontribusi pada reputasi dan keberhasilan perusahaan (*Business Impact*, 2000:101). Mitchell (1997), mengembangkan model pengelompokan *stakeholder* berdasarkan atribut kekuatan, legitimasi dan kepentingan. Oleh karena itu diharapkan perusahaan akan menaruh perhatian besar terhadap kelompok *stakeholder* yang sah, yang memiliki kekuatan dan kepentingan.

2.2. Social Contract Theory

Gray (1996) mengemukakan bahwa masyarakat merupakan sekumpulan dari kontrak sosial antara anggota masyarakat dan masyarakat itu sendiri. Dalam

konteks pertanggungjawaban sosial perusahaan, perusahaan bertindak bukan karena kepentingan komersial, namun karena harapan implisit masyarakat agar perusahaan beroperasi.

Donaldson and Dunfee (1994) mengembangkan teori kontrak sosial yang terintegrasi sebagai cara manajer untuk mengambil keputusan dalam konteks etis. Keduanya membedakan antara kontrak makrososial dan mikrososial. Kontrak makrososial dalam konteks masyarakat, misalnya harapan bahwa perusahaan akan memberikan dukungan pada masyarakat lokal dan secara khusus bentuk keterlibatan tersebut akan menjadi kontrak mikrososial. Oleh karena itu, perusahaan yang mengadopsi suatu pandangan kontrak sosial harus menjelaskan keterlibatan mereka sebagai suatu bagian dari harapan masyarakat, yang dapat menjelaskan motivasi awal, yang mungkin tidak dijelaskan secara keseluruhan atas keterlibatan mereka. Salah satu manfaat komersial hasil studi di Australia (CCPA, 2000) adalah perlunya ijin beroperasi khususnya untuk perusahaan-perusahaan yang mengelola sumber daya alam. Hal tersebut mungkin dianggap sebagai manfaat komersial dari naiknya reputasi, tapi juga menghubungkan pencapaian dan pemeliharaan legitimasi (Suchman, 1995).

2.3. Legitimacy Theory

Suchman (1995) mendefinisikan legitimasi sebagai suatu persepsi atau asumsi yang digeneralisasi merupakan tindakan dari entitas yang diinginkan, layak atau sesuai dalam beberapa sistem yang dibangun dari norma-norma, nilai-nilai, keyakinan-keyakinan, maupun definisi-definisi secara sosial. Mengacu pada literatur terdahulu mengenai manajemen legitimasi, termasuk di dalamnya *the strategic traditions dependence theory* (Pfeffer and Salancik, 1978) dan *the institutional traditions* (DiMaggio and Powell, 1983), Suchman mengidentifikasi tiga tipe legitimasi organisasional, yaitu: (1) pragmatik; (2) moral; (3) kognitif. Ia juga mengidentifikasi tiga tantangan kunci dari manajemen

legitimasi, yaitu (1) pencapaian; (2) pemeliharaan; dan (3) perbaikan legitimasi. Suchman menyatakan bahwa "manajemen legitimasi terletak pada komunikasi", sehingga untuk menerapkan teori legitimasi perlu menguji bentuk-bentuk komunikasi perusahaan. Linblom (1994) mencatat bahwa legitimasi bukan merupakan suatu proses yang lunak bagi organisasi untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat. Ia menyatakan bahwa organisasi mungkin menggunakan empat strategi legitimasi saat menghadapi ancaman legitimasi yang berbeda-beda. Keempat strategi tersebut adalah:

1. Memberikan pemahaman kepada para *stakeholder* mengenai tujuan organisasi meningkatkan kinerja.
2. Mengubah persepsi organisasi (tanpa mengubah kinerja aktual organisasi).
3. Mengalihkan isu-isu yang menjadi perhatian.
4. Mengubah harapan-harapan eksternal tentang kinerja.

Legitimasi tampaknya merupakan alasan kunci untuk menjalankan perilaku sosial perusahaan dan menggunakan aktivitas-aktivitas tersebut sebagai bentuk publisitas atau pengaruh (Gray, 1996 & Clarke, 1998). Pandangan yang berlawanan dengan hal tersebut, misalnya perusahaan menggunakan kekuatan untuk melegitimasi aktivitas namun, lebih dari itu masyarakat memberi kekuatan pada perusahaan untuk menggunakan tanggung jawabnya. (Wood, 1991). Masyarakat memberi kekuasaan dan kekuatan pada perusahaan. Dalam jangka panjang, perusahaan yang tidak menggunakan kekuasaan dan kekuatan tersebut akan cenderung kehilangan itu semua.

Pengujian praktik-praktik pertanggungjawaban sosial perusahaan bisa dimulai dari dalam perusahaan dan didorong oleh prinsip-prinsip yang tertuang dalam teori kontrak sosial, dianalisis secara khusus dengan *stakeholder analysis* untuk meningkatkan reputasi dan legitimasi perusahaan. Hal tersebut merupakan cara untuk menilai praktik pertanggungjawaban sosial perusahaan sekaligus cara untuk menilai kinerja (Moir, 2001).

3. KINERJA SOSIAL PERUSAHAAN

Masyarakat dan perusahaan memiliki hubungan yang sangat erat dan saling menguntungkan. Di satu pihak, masyarakat menyediakan sarana infrastruktur bagi berlangsungnya perusahaan dan di pihak lain perusahaan harus memberikan pertanggungjawaban sosialnya kepada masyarakat (Imam, 2000:133).

Studi empiris mengenai kinerja sosial telah lama dilakukan, antara lain oleh dua organisasi yaitu *American Accounting Association (AAA) Committee on Accounting for Social Performance* pada tahun 1975 dan *National Association of Accountants (NAA) Committee on Accounting for Corporate Social Performance* pada tahun 1977, yang menitikberatkan pada pengukuran dan pelaporan sosial.

Menurut *NAA Committee on Accounting for Corporate Social Performance*, kinerja sosial perusahaan berkaitan dengan refleksi dampak aktivitas perusahaan terhadap masyarakat. Aktivitas-aktivitas tersebut berkaitan dengan hukum, pengukuran penyelesaian atau persyaratan kontrak (Porwal, 1993:318). Komite tersebut juga mengelompokkan kinerja sosial ke dalam empat area, yaitu:

1. Pengembangan masyarakat (*community development*), termasuk di dalamnya aktivitas-aktivitas yang berorientasi sosial, terutama yang bermanfaat bagi publik, misalnya pembangunan perumahan, pelayanan kesehatan, program pangan, dan program-program kemasyarakatan yang lain.
2. Sumber daya manusia (*human resources*), merupakan area dari kinerja sosial yang berhubungan langsung dengan para pekerja atau karyawan perusahaan, sebagai contoh pemberdayaan karyawan, pelatihan karyawan, kebijakan promosi, dan peraturan-peraturan yang menguntungkan karyawan.
3. Kontribusi produk atau jasa (*product or service contribution*), termasuk di dalamnya konsumerisme, kualitas produk, pengepakan, serta jaminan dan keamanan produk.
4. Kontribusi sumber daya fisik dan lingkungan (*physical resources and environmental contribution*), meliputi

aktivitas-aktivitas yang berhubungan langsung dengan pencegahan pencemaran lingkungan (polusi), seperti polusi udara, polusi air, polusi suara, konservasi kelangkaan sumber daya, dan pembuangan sisa zat padat.

Berdasarkan keempat area di atas, *NAA Committee* mendefinisikan akuntansi sosial sebagai berikut:

Akuntansi sosial merupakan identifikasi, pengukuran, pemantauan, dan pelaporan dampak-dampak sosial dan ekonomis dari suatu institusi kepada masyarakat. Hal tersebut berkaitan dengan tujuan manajerial secara internal dan tujuan akuntabilitas eksternal serta pertumbuhan terhadap perubahan nilai-nilai yang menuntun masyarakat kepada pendefinisian kembali ide tanggung jawab sosial perusahaan.

Sedangkan menurut *AAA Committee on Accounting for Social Performance*, akuntansi sosial meliputi: akuntansi dan evaluasi dampak program pertanggungjawaban sosial perusahaan, akuntansi sumber daya manusia, pengukuran biaya sosial, mengukur dampak perusahaan secara keseluruhan terhadap masyarakat, pelaporan sosial dan akuntansi untuk program publik (pemerintah)

Menurut AAA (1975) dalam laporan dari *Committee on Social Costs*, menyatakan bahwa ada tiga level pengukuran yang termasuk dalam pengembangan akuntansi sosial (Mathews, 1994: 60), yaitu:

Level I, merupakan aktivitas yang dapat diidentifikasi dan dijelaskan, misalnya identifikasi mengenai hal-hal yang mengakibatkan terjadinya polusi.

Level II, merupakan aktivitas yang diukur dengan menggunakan unit non moneter. Material yang menyebabkan polusi diukur tingkat pencemarannya, waktu pencemaran, dan kepatuhan terhadap standar yang ada.

Level III, merupakan aktivitas yang dilakukan untuk menilai dampak pencemaran. Pengukuran tersebut dikonversi ke dalam perkiraan finansial atas

biaya dan manfaat pada semua *stakeholder*, *shareholder*, maupun pihak publik secara umum.

Para peneliti pada umumnya mengakui bahwa kinerja sosial perusahaan multidimensional. Menurut Griffin & Mahon (1997:15), secara konseptual kinerja sosial perusahaan dibedakan menjadi dua dimensi, yaitu: (1) *people dimension*, yang meliputi masyarakat, perempuan, minoritas, dan hubungan pekerja; (2) *product quality dimension*, yang meliputi kualitas produk dan lingkungan.

4. PENGUKURAN KINERJA SOSIAL PERUSAHAAN

Pelaporan sosial perusahaan yang semakin populer dan keinginan organisasi untuk mengetahui pandangan *stakeholder* mengenai kinerja sosial perusahaan, menimbulkan dua kemungkinan sebagai berikut (Swift, Owen and Humphrey, 2001):

1. Para *stakeholder* tertarik pada perilaku perusahaan, yang mengubah perilakunya dari penekanan utama manajerial menjadi perilaku yang kolaboratif.
2. Keberadaan infrastruktur dari sistem informasi manajemen merupakan tiang penyangga dari keseluruhan proses pelaporan dan penyediaan informasi di balik pembuatan keputusan organisasional.

Paradigma yang benar mengenai kinerja sosial tergantung pada struktur organisasi dan motivasi untuk berinteraksi dengan para *stakeholder*, namun pelaporan sosial juga harus efektif dan direncanakan. Sistem akuntansi sosial mengidentifikasi dan mengukur kinerja sosial, jika organisasi kemudian memilih untuk mengungkapkan informasi tersebut untuk kepentingan transparansi dan keterbukaan, manajemen harus yakin bahwa informasi tersebut benar (Swift, Owen, and Humphrey, 2001)

Sistem informasi yang reliabel mengurangi risiko pelaporan informasi yang tidak akurat yang dapat menghancurkan reputasi perusahaan. Banyak perusahaan yang mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan *stakeholder*, namun tidak semuanya memilih untuk mengungkapkannya.

Menurut penelitian yang dilakukan Swift, Owen, and Humphrey (2001), alat akuntansi manajemen yang paling populer yang digunakan oleh perusahaan untuk pelaporan sosial adalah *balanced scorecard*, dengan persentase mencapai 96%. *Balanced scorecard* merupakan alat akuntansi manajemen yang komprehensif, yang mampu menjawab kebutuhan *stakeholder* (pelanggan, masyarakat, karyawan) maupun perusahaan itu sendiri. Dari perspektif yang ada, dirumuskan tujuan perusahaan, kemudian ditentukan ukuran-ukurannya. Untuk menerapkan *balanced scorecard* dibutuhkan juga keahlian yang memadai, selain itu yang tidak kalah penting adalah keterlibatan *stakeholder* itu sendiri dalam menghasilkan pelaporan kinerja sosial perusahaan, sehingga tujuan perusahaan untuk menghasilkan laporan tentang aktivitas sosial yang transparan dan akuntabel dapat terwujud.

5. TUJUAN DAN ALASAN PENGUNGKAPAN KINERJA SOSIAL PERUSAHAAN

Menurut Gray, Owen and Maunders (1988), tujuan pengungkapan kinerja sosial perusahaan adalah:

1. Untuk meningkatkan *image* perusahaan.
2. Untuk melaksanakan akuntabilitas suatu organisasi, dengan asumsi bahwa terdapat kontrak sosial antara organisasi dan masyarakat.
3. Untuk memberikan informasi kepada investor.

Sedangkan alasan perusahaan melakukan pengukuran dan pengungkapan kinerja sosial antara lain (Zadek, 1998:1426):

1. Untuk memahami apakah perusahaan telah mencoba mencapai kinerja sosial terbaik sesuai yang diharapkan.
2. Untuk mengetahui apa yang dilakukan perusahaan dalam meningkatkan kinerja sosial.
3. Untuk memahami implikasi dari apa yang dilakukan perusahaan tersebut.
4. Untuk memahami apakah praktik yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kinerja sosial tidak merugikan kinerja bisnisnya.

6. **KLASIFIKASI PENGUNGKAPAN INFORMASI SOSIAL PERUSAHAAN**

Menurut Zeghal dan Ahmed (1990:43), informasi-informasi sosial yang diungkapkan dalam pelaporan sosial perusahaan antara lain adalah:

1. Lingkungan, meliputi: pengendalian polusi dalam operasi bisnis, pencegahan dan perbaikan kerusakan lingkungan yang berkaitan dengan pemrosesan sumber daya alam, konservasi sumber daya alam dan pengungkapan lain yang berhubungan dengan lingkungan.
2. Energi, meliputi: konservasi energi dalam operasi bisnis, produk-produk dengan efisiensi energi, pengungkapan yang berhubungan dengan energi yang lain.
3. Praktik bisnis yang wajar, meliputi: memperkerjakan kelompok minoritas dan perempuan, kemajuan kelompok minoritas dan perempuan, memperkerjakan kelompok kepentingan khusus yang lain, mendukung bisnis kelompok minoritas, praktik-praktik luar negeri yang bertanggung jawab secara sosial, pernyataan lain mengenai praktik bisnis yang wajar.
4. Sumber daya manusia, meliputi: kesehatan dan keamanan karyawan, pelatihan karyawan, pengungkapan lain mengenai sumber daya manusia
5. Keterlibatan masyarakat, meliputi: aktivitas masyarakat, aktivitas yang berhubungan dengan kesehatan, pendidikan dan seni dan pengungkapan aktivitas masyarakat yang lain.
6. Produk, meliputi: keamanan produk, pengurangan polusi akibat penggunaan produk, dan pengungkapan lain yang berkaitan dengan produk.
7. Pengungkapan pertanggungjawaban sosial yang lain.

Pengungkapan sosial dalam arti luas meliputi hubungan antara perusahaan dengan *stakeholder* (seperti investor, kreditor, karyawan, pemasok, konsumen, pemerintah dan masyarakat). Dalam arti sempit, pengungkapan sosial dikategorikan sebagai penyediaan data terhadap lingkungan fisik (polusi); hubungan dengan

konsumen; sumber daya manusia (kesempatan kerja yang sama); keterlibatan masyarakat; konservasi energi; kesehatan dan keamanan pekerja dan keamanan produk (Epsteir and Freedman, 1994:96)

Di Jepang, pengungkapan informasi sosial dikelompokkan menjadi lima, yaitu (Yamagami and Kokubu, 1991:34-35): lingkungan, keterlibatan masyarakat, hubungan karyawan, penelitian dan pengembangan, dan keterlibatan dalam aktivitas-aktivitas internasional.

Di Eropa Barat, laporan pertanggungjawaban sosial perusahaan berisi informasi mengenai (Moir, 2001): tempat kerja, pangsa pasar, lingkungan, masyarakat, etika dan hak asasi manusia.

7. KARAKTERISTIK PERUSAHAAN VS PENGUNGKAPAN INFORMASI SOSIAL PERUSAHAAN

Beberapa karakteristik perusahaan yang berpengaruh terhadap pengungkapan informasi sosial antara lain (Hackstone and Milne, 1996:81-83)

1. Ukuran perusahaan. Perusahaan yang semakin besar akan melakukan aktivitas yang semakin banyak, akibatnya dampak aktivitas tersebut pada masyarakat juga lebih luas. Dengan semakin luasnya dampak aktivitas perusahaan kepada masyarakat, maka semakin banyak pula *shareholder* yang menaruh perhatian pada program-program sosial yang dikomunikasikan dalam laporan tahunan. Davey (1982) dan Ng (1985) gagal mendukung hipotesis tersebut.
2. Lingkup industri. Industri merupakan faktor yang secara potensial mempengaruhi praktik pengungkapan informasi sosial perusahaan. Menurut Diekers and Preston (1977), perusahaan yang memiliki aktivitas ekonomi, seperti industri ekstraktif (pertambangan), lebih menyukai mengungkapkan informasi tentang dampak lingkungan dibandingkan perusahaan yang lain. Perusahaan yang berorientasi pelanggan diharapkan memiliki perhatian yang lebih besar dalam menunjukkan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan *image* perusahaan dan menaikkan penjualan (Cowen, 1987).

Menurut Patten (1991), industri berpengaruh terhadap visibilitas secara politik, dan akan memacu pengungkapan mengenai tekanan maupun kritik-kritik sosial. Sehingga ada hubungan positif antara klasifikasi industri dan pengungkapan informasi sosial. Kelly (1981), yang melakukan studi di Australia, menemukan bahwa perusahaan industri primer dan sekunder cenderung mengungkapkan informasi lingkungan dan energi lebih besar dibandingkan perusahaan tersier. Namun hal tersebut berlaku berlawanan untuk informasi yang berkaitan dengan interaksi masyarakat. Sedangkan Cowen (1987), yang melakukan studi di Amerika Serikat, menemukan bahwa kategori industri mempengaruhi pengungkapan tentang energi dan keterlibatan masyarakat. Hal tersebut didukung oleh Patten (1991) dan Roberts (1992) yang menemukan hubungan positif antara industri berprofil tinggi dengan jumlah pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan. Sedangkan Davey (1982) dan Ng (1985) gagal menemukan hubungan antara tipe industri dan pengungkapan sosial perusahaan pada perusahaan-perusahaan di New Zealand.

3. Kemampuan menghasilkan laba perusahaan. Hubungan antara pengungkapan informasi sosial perusahaan dan profitabilitas telah dipostulatkan merefleksikan pandangan bahwa respon sosial merupakan salah satu hal yang penting untuk meningkatkan laba perusahaan (Bowman and Haire, 1976). Pengungkapan sosial perusahaan dipercaya dapat merefleksikan aktivitas sosial perusahaan dan merupakan pendekatan manajemen yang adaptif yang sesuai dengan dinamika, lingkungan multidimensional dan kemampuan untuk menemukan tekanan sosial dan respon atas kebutuhan sosial (Hackstone and Milne, 1996:82). Studi empiris mengenai hubungan antara pengungkapan sosial perusahaan dan profitabilitas membuahkan hasil yang beraneka ragam. Bowmann and Haire (1976), Preston (1978) dan Robert (1992) menemukan hubungan positif antara keduanya. Sedangkan Cowen (1987), Patten (1991), Davey (1982), dan Ng (1985) gagal menemukan hubungan antara keduanya. Sementara Belkaoui and

Karpik (1989) menemukan terjadinya konflik hubungan yang sulit diinterpretasikan.

4. Pengaruh dari negara. Andrew (1989) melaporkan bahwa negara mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan sosial perusahaan, meskipun sulit untuk menilai reliabilitas dari hasil tersebut. Sejak studi tersebut dilakukan di perusahaan-perusahaan New Zealand, pengaruh negara pada pengungkapan informasi sosial perusahaan belum diteliti lagi.

8. FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PERUSAHAAN UNTUK MENGUNGKAPKAN INFORMASI SOSIAL

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan perusahaan untuk mengungkapkan informasi-informasi sosial adalah (Belkaoui and Karpik, 1989:38-40):

1. Rasional umum. Pengeluaran yang bersifat spesifik dan material merupakan hal yang penting dalam mencapai tujuan kinerja sosial. Pengeluaran tersebut juga akan mengurangi laba bersih. Pembentukan *image* dan perhatian terhadap kepentingan publik akan mempengaruhi keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial. Kinerja sosial memiliki dampak yang material terhadap laba bersih yang dilaporkan pada periode sekarang dan variabel-variabel keuangan kunci yang dibatasi perjanjian kontraktual. Sehingga secara rasional, keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial searah dengan penurunan laba bersih yang dilaporkan, yang merupakan hasil dari pengeluaran kinerja sosial. Perusahaan dengan biaya pengontrakan dan pemantauan yang lebih rendah, dan wawasan yang luas akan lebih banyak mengungkapkan informasi sosial. Pengeluaran untuk kinerja sosial akan terjadi jika perusahaan memiliki sumber daya memadai dan kinerja ekonomis yang baik, sehingga keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial juga berkorelasi positif dengan kinerja ekonomis atau profitabilitas. Dari studi yang dilakukan Belkaoui and Karpik ditemukan bahwa keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial berkorelasi positif dengan kinerja sosial, kinerja

- ekonomis dan wawasan perusahaan, dan berkorelasi negatif dengan biaya pengontrakan dan pemantauan.
2. Kinerja sosial. Mengukur kinerja sosial adalah hal yang sulit, karena berhubungan dengan isu keefektifan organisasi. Kinerja sosial organisasi tidak dapat dibedakan dengan keefektifan organisasi. (Strand, 1983:90). Kinerja sosial dapat didefinisikan sebagai kesepakatan antara organisasi dengan kebutuhan, harapan, dan permintaan pihak eksternal yang berhubungan secara langsung dengan produk atau pasar perusahaan. (Ullmann, 1985).
 3. Variabel keuangan. Perjanjian yang dibatasi, termasuk di dalamnya perjanjian utang akan mengurangi kemampuan manajemen dalam menciptakan transfer kesejahteraan antara *shareholders* dengan *bondholders* (Jensen and Meckling, 1976; Smith and Warner, 1979). Batasan-batasan umum termasuk di dalamnya *financial leverage* (rasio utang jangka panjang pada total aset) dan tingkat pembayaran (dividen untuk laba ditahan yang tidak dibatasi yang tersedia secara maksimum). Keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial sama dengan keputusan melakukan pengeluaran untuk kinerja sosial, dan hal tersebut mengurangi *earnings*.
 4. Kebijakan yang diambil. Kebijakan yang diambil oleh perusahaan pada umumnya dikritisi oleh pihak-pihak yang berkepentingan atas dasar jumlah yang dilaporkan. Perusahaan dapat memilih teknik akuntansi dan tindakan-tindakan untuk mengurangi laba yang dilaporkan dan memilih atau mengurangi pandangan politik. Kebijakan yang diambil oleh perusahaan biasanya terjadi pada perusahaan yang berukuran besar, dan memiliki intensitas modal yang besar pula, sehingga risiko pasar sistematis relatif tinggi. Kebijakan yang diambil oleh perusahaan juga merupakan respon atas permintaan aktivis-aktivis sosial.
 5. Kinerja ekonomis. Hubungan antara pengungkapan sosial, kinerja sosial, dan kinerja ekonomis merupakan ekspresi terbaik dari pandangan bahwa kebutuhan akan respon sosial manajemen sama dengan kebutuhan akan keahlian superior yang akan menjadikan perusahaan

profitable. Menurut Alexander and Buchholz (1978:479), " Kesadaran dan perhatian manajemen terhadap masalah-masalah sosial juga diperlukan dalam meningkatkan kinerja keuangan, sehingga investasi perusahaan menjadi menarik". Perusahaan yang mengungkapkan informasi sosial cenderung memiliki tingkat pengembalian dan pengembalian harga saham diferensial yang lebih besar.

9. MEDIA DAN FORMAT PENGUNGKAPAN INFORMASI SOSIAL PERUSAHAAN

Media pengungkapan informasi sosial perusahaan secara garis besar dikelompokkan menjadi dua, yaitu (Yamagami and Kokubu, 1991): laporan mandatori/wajib dan laporan sukarela, meliputi: laporan operasi, laporan tahunan, dan laporan hubungan kemasyarakatan.

Di Jepang, sebagian besar informasi sosial perusahaan diungkapkan pada laporan hubungan kemasyarakatan.

Sedangkan format pengungkapan informasi sosial perusahaan dibedakan menjadi dua kelompok, yaitu: pengungkapan yang bersifat kualitatif, biasanya bersifat deskriptif dan positif dan dilakukan oleh sebagian besar perusahaan dan pengungkapan yang bersifat kuantitatif, biasanya disajikan dengan perhitungan secara moneter dan statistik.

10. LOKASI PENGUNGKAPAN INFORMASI SOSIAL DAN JUMLAH HALAMAN DALAM LAPORAN TAHUNAN

Ada empat lokasi dalam laporan tahunan yang dipakai untuk mengungkapkan informasi sosial perusahaan, yaitu: laporan direktur, catatan dalam laporan tahunan, bagian terpisah dari laporan tahunan, dan laporan nilai tambah, termasuk bagian laporan tahunan, yaitu laporan rugi laba yang dimodifikasi. Biasanya dibuat jika pengungkapan yang ada kurang cukup dan sulit dipahami.

Total halaman yang diperlukan untuk mengungkapkan masalah-masalah sosial dalam laporan tahunan biasanya kurang dari setengah halaman, dan hanya sedikit sekali perusahaan yang memerlukan lebih dari satu halaman untuk mengungkapkan masalah-masalah sosial perusahaan.

11. KENDALA DALAM PENGUNGKAPAN KINERJA SOSIAL PERUSAHAAN

Pengungkapan kinerja sosial perusahaan dalam laporan tahunan telah dilakukan oleh negara-negara maju, seperti Eropa Barat, Amerika Serikat, Kanada, Australia, Selandia Baru, Jepang, Singapura dan Malaysia, namun belum banyak dilakukan oleh negara-negara berkembang. Beberapa kendala yang dihadapi perusahaan, khususnya bagi negara-negara berkembang dalam melakukan pengungkapan kinerja sosial antara lain: (Shiraz, 1998:58-59)

1. Belum terdapat peraturan atau standar baku yang mengatur mengenai pengungkapan kinerja sosial, kebanyakan masih bersifat sukarela.
2. Hanya sedikit perusahaan yang memiliki para akuntan yang kompeten di bidang akuntansi sosial, meskipun dalam hal ini dituntut juga adanya kerja sama dengan para ahli dari bidang lain, seperti hukum, teknik, maupun sosiologi.
3. Perusahaan enggan mengeluarkan biaya tambahan yang tidak sedikit untuk menyusun laporan mengenai kinerja sosialnya, apalagi jika mereka beranggapan bahwa *image* mereka akan tetap baik meskipun mereka tidak memberikan laporan mengenai kinerja sosialnya.
4. Kurangnya perhatian pemerintah negara-negara berkembang terhadap masalah sosial dan lingkungan karena tidak adanya atau kurangnya dana untuk masalah tersebut, sementara itu dukungan dari negara donor maupun institusi keuangan internasional (seperti *World Bank* dan IMF) relatif belum mencukupi.
5. Pembuatan laporan sosial memerlukan waktu yang banyak, sehingga seringkali hal tersebut menyebabkan tertundanya penerbitan laporan tahunan.

12. PENUTUP

Hubungan antara akuntabilitas dan akuntansi sosial telah didiskusikan secara luas. Hal tersebut berkaitan dengan hubungan antara kelompok, individu, organisasi, dan hak-hak untuk mendapatkan informasi (Gray, Dey, dkk, 1997:334). Secara sederhana dapat dinyatakan bahwa

akuntabilitas merupakan kewajiban untuk memberikan laporan atas tindakan yang dilakukan seseorang atas tanggung jawab yang diembannya. (Gray, Dey, dkk, 1997:334). Sifat hubungan serta hak-hak untuk mendapatkan informasi, termasuk informasi mengenai kinerja sosial perusahaan ditentukan oleh masyarakat yang terlibat di dalamnya.

Berdasarkan asumsi terdapat kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat dan untuk meningkatkan *image* dan reputasi, serta sebagai usaha menjaga kelangsungan hidup perusahaan di masyarakat, sudah sewajarnya perusahaan mengungkapkan kinerja sosialnya kepada masyarakat, sebagai wujud pertanggungjawaban perusahaan kepada masyarakat. Meskipun banyak kendala yang akan dihadapi, hal tersebut tidak sebanding dengan manfaat yang akan dipetik oleh perusahaan di masa yang akan datang. Hal yang terpenting adalah ada kesadaran dan usaha, sesuai kapasitas masing-masing perusahaan untuk melakukan perbaikan terus menerus demi kesejahteraan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexander, G.J. and Buchholtz, R.A. (1978), Corporate Social Responsibility and Stock Market Performance, *Academy of Management Journal*, Vol. 21, p: 479-486.
- Andrew, B.H., Gul, F.A., Guthrie, J.E., and Teoh, H.Y. (1989), A Note on Corporate Social Disclosure Practices in Developing Countries: The Case of Malaysia and Singapore, *British Accounting Review*, Vol. 21, No. 4, p: 371-376.
- Belkaoui, A. and Karpik, P.G. (1989), Determinants of the Corporate Decision to Disclose Social Information, *Accounting, Auditing, and Accountability Journal*, Vol. 2, No. 1, p: 11-21.
- Bowman, E.H. and Haire, M. (1976), Social Impact Disclosure and Corporate Annual Reports, *Accounting, Organizations, and Society*, Vol. 1, No. 1, p: 11-21.

- Business Impact (2000), *Winning with Integrity: A Guide to Social Responsibility, Business in the Community*, London.
- CCPA (2000), *Corporate Community Involvement: Establishing a Business Case*, Centre for Corporate Public Affairs, Melbourne.
- Clarkson, M.B.E. (1995), A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance, *Academy of Management Review*, Vol. 20, p: 92-117.
- Cowen, S.S., Ferreri, L.B., and Parker, L.D. (1987), The Impact of Corporate Characteristics on Social Responsibility Disclosure: a Typology and Frequency-Based Analysis, *Accounting, Organizations, and Society*, Vol. 12, No. 2, p: 111-122.
- Davey, H.B. (1982), *Corporate Social Responsibility Disclosure in New Zealand: An Empirical Investigation*, unpublished working paper, Massey University, Palmerston North.
- Diekers, M. and Preston, L.E. (1977), Corporate Social Accounting and Reporting for the Physical Environment: A Critical Review and Implementation Proposal, *Accounting, Organizations, and Society*, Vol. 2, No. 1, p: 3-22.
- DiMaggio, P. J. and Powell, W.W. (1983), The Iron Cage Revisited; Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields, *American Sociological Review*, Vol. 48, p: 147-160.
- Donaldson, T. and Dunfee, T.W. (1999), *Ties That Bind*, Harvard Business School Press, Boston, MA.
- Donaldson, T. and Preston, L.E. (1995), The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications, *Academy of Management Review*, Vol. 20, p: 65-91.
- Eipstein, M.J. and Freedman, M. (1994), Social Disclosure and the Individual Investor, *Accounting, Auditing, and Accountability Journal*, Vol. 7, No. 4, p: 94-109.
- Freedman, M. and Wasley, C. (1983), An Assessment of The Information Content of Social Disclosure", *Proceeding of the Mid-Atlantic Regional American Accounting Association Meeting*, p: 46-54.
- Freeman, R.E. (1984), *Strategic Management. A Stakeholder Approach*, Pitman Publishing, Boston, MA.

- Friedman, M. (1962), *Capitalism and Freedom*, The University of Chicago Press, Chicago, IL.
- Gray, R., Dey, C., Owen, D., Evans, R., and Zadek, S. (1997), Struggling with the Praxis of Social Accounting, *Accounting, Auditing, & Accountability Journal*, Vol. 8, No. 2, p: 78-101.
- Gray, R., Kouhy, R., and Lavers, S. (1995), Corporate Social and Environmental Reporting: A Review of the Literature and a Longitudinal Study of UK Disclosure", *Accounting, Auditing, & Accountability Journal*, Vol. 8, No. 2, p: 47-77.
- Gray, R., Owen, D. and Adams, C. (1996), *Accounting and Accountability; Changes and Challenges in Corporate Social and Environmental Reporting*, Prentice-Hall Europe, Harlow.
- Gray, R., Owen, D and Maunders, K. (1987), *Corporate Social Reporting: Accounting and Accountability*, Prentice Hall, London.
- Gray, R., Owen, D and Maunders, K. (1988), Corporate Social Reporting: Emerging Trends in Accountability and Social Contract, *Accounting, Auditing, & Accountability Journal*, Vol. 1, No. 1, p: 6-20.
- Guthrie, J., and Parker, L.D. (1990), Corporate Disclosure Practice: a Comparative International Analysis, *Advances in Public Interest Accounting*, Vol. 3, p: 159-175.
- Guthrie, J, and Mathews, M.R. (1985), Corporate Social Accounting in Australia, in Preston, L.E.,(Ed), *Research in Corporate Social Performance and Policy*, Vol. 7, p: 251-277.
- Hackston, D. and Milne, M.J. (1996), Some Determinants of Social and Environmental Disclosures in New Zealand Companies", *Accounting, Auditing, & Accountability Journal*, Vol 9, no. 1, p: 77-108.
- Holmes, S.L.(1976), Executive Perceptions of Corporate Social Responsibility, *Bussiness Horizons*, Vol 19, No. 3, p: 34-40.
- Imam, Shaded (2000), Corporate Social Performance in Bangladesh, *Managerial Auditing Journal*, 15/3, p: 133-141.
- Jensen, M.C. and Mckling, W. (1976), Theory of the Firm: Managerial Behaviour, Agency Costs, and Ownership Structure, *Journal of Finacial Economics*, Vol. 3, p: 305-360.
- Jones, T.M. and Wicks, A.C. (1999), Convergent Stakeholder Theory, *Academy of Management Review*, Vol. 24, p: 206-221.

- Kelly, G.J. (1981), Australian Social Responsibility Disclosure: Some Insights into Contemporary Measurement, *Accounting and Finance*, Vol. 21, No. 2, p: 97-104.
- Lindblom, C.K. (1994), *The Implications of Organizational Legitimacy for Corporate Social Performance and Disclosure*, paper presented at the Critical Perspectives on Accounting Conference, New York, NY.
- Mitchell, R.K., Agle, B.R. and Wood, D.J. (1997), Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts", *Academy of Management Review*, Vol. 22, p: 853-886.
- Moir, Lance, (2001), What Do We Mean by Corporate Social Responsibility?, *Corporate Governance*, Vol. 1, p: 16-22.
- Ng, L.W. (1985), *Social Responsibility Disclosure of Selected New Zealand Companies for 1981, 1982 and 1983*, Occasional paper No. 54, Massey University, Paalmerston North.
- Ostlund, L.E. (1977), Attitudes of Managers toward Corporate Social Responsibility", *California Management Review*, Vol. 19, No. 4, p: 35-49.
- Patten, D.M. (1991), Exposure Legitimacy, and Social Disclosure, *Journal of Accounting and Public Policy*, Vol. 10, p: 297-308.
- Pattern, D.M. (1992), Intra-Industry Environmental Disclosure in Response to the Alaskan Oil Spill: a Note on Legitimacy Theory", *Accounting, Organization, and Society*, Vol. 17, No. 5, p: 471-475.
- Porwal, L.S. (1993), *Accounting Theory*, Tata McGraw-Hill Publishing, New Delhi.
- Preston, L.E. (1978), Analysing Corporate Social Performance: Method and Results, *Journal of Contemporary Business*, Vol. 7, No. 1, p: 135-150.
- Ramathan, K.V. (1976), Toward a Theory of Corporate Social Accounting, *The Accounting Review*, Vol. 51, No. 3, p: 516-528.
- Roberts, R.W. (1992), Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure: an Application of Stakeholder Theory, *Accounting, Organization, and Society*, Vol. 17, No. 6, p: 595-612.

- Rockness, J. and Williams, P.F. (1988), A Descriptive Study of Social Accounting Responsibility Mutual funds", *Accounting, Organization, and Society*, Vol. 13, No. 4, p: 397-411.
- Shiraz, Abu, (1998), Social Reporting: Nice Idea, but... *Australian CPA (AAA)* Vol. 68, November, p: 58-59.
- Smith, C. and Warner, J. (1979), Financial Contracting: an Analysis of Bond Covenants, *Journal of Finance Economics*, Vol. 7, p: 117-162.
- Strand, R. (1993), A Systems Paradigm of Organizational Adaptations to the Social Environment, *Academy of Management Review*, Vol. 8, p: 90-96.
- Suchman, M.C. (1995), Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches, *Academy of Management Review*, Vol. 20, p: 571-610.
- Swift, T., Owen, D. and Humphrey, C. (2001), Social Status, *Financial Management*, London, p: 17-18.
- Ullmann, A.A. (1985), Data in Search of a Theory: a Critical Examination of the Relationship among Social Performance, Social Disclosure, and Economic Performance of US Firm, *Academy of Management Review*, Vol. 10, p: 540-547.
- Wood, D.J. (1991), Corporate Social Performance Revisited, *Academy of Management Review*, Vol. 16, p: 691-718.
- Zadek, Simon, (1998), Balancing Performance, Ethics, and Accountability, *Journal of Business Ethics*, Vol. 17, October, p: 1421-1441.
- Zeghal, D. and Ahmed, S.A. (1990), Comparison of Social Responsibility Information Disclosure Media Used by Canadian Firms, *Accounting, Auditing, & Accountability Journal*, Vol 3, No. 1, p: 38-53.

