

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Penelitian ini mengacu pada penelitian terdahulu dan sebagai referensi. Berikut dijelaskan persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini.

Sontry Oktaviana Politon dan Sri Rustiyaningsih (2013) meneliti karakteristik perusahaan dan pengungkapan tanggungjawab sosial pada perusahaan manufaktur go publik. Penelitian ini menggunakan sampel dari perusahaan manufaktur go publik di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2010-2011. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil yang diperoleh penelitian ini menunjukkan bahwa size, profil dan kepemilikan institusional berpengaruh signifikan terhadap CSR di Indonesia. Sementara profitabilitas, ukuran dewan komisaris, leverage, dan kepemilikan asing tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR di Indonesia.

Persamaan : Pada penelitian yang digunakan oleh peneliti terdahulu dan sekarang sama-sama membahas tentang *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Variabel yang digunakan juga sama yaitu *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Perbedaan : penelitian terdahulu dilakukan pada Perusahaan Manufaktur Go Public di BEI tahun 2010-2011 sedangkan pada penelitian ini dilakukan di

perusahaan manufaktur di BEI tahun 2010-2013. Peneliti terdahulu ingin mengetahui pengaruh karakteristik perusahaan dengan menggunakan *size*, profitabilitas, profil, ukuran dewan komisaris, *leverage*, kepemilikan institusional, dan kepemilikan asing, sedangkan dalam penelitian kali ini hanya menggunakan ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan ukuran dewan komisaris.

Nurul Kusuma Wardani dan Indira Januarti (2013) meneliti pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Penelitian ini menggunakan sampel dari perusahaan pada sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2009 sampai dengan 2011. Penelitian ini menggunakan statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis linier berganda dan uji hipotesis. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris, dan profitabilitas berpengaruh signifikan sedangkan *leverage* tidak berpengaruh signifikan.

Persamaan : pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu dan sekarang sama-sama membahas tentang *Corporate Social Responsibility (CSR)*. peneliti terdahulu dan sekarang sama-sama menggunakan perusahaan manufaktur sebagai unit yang akan dianalisis. **Perbedaan** : sampel yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah periode tahun 2009-2011, sedangkan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah periode tahun 2010-2013. Variabel independen dalam penelitian terdahulu hanya ukuran dewan komisaris, profitabilitas dan *leverage*. Sedangkan penelitian sekarang menggunakan variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan dewan komisaris.

Agatha Aprinda Kristi (2013) meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan publik di Indonesia. Penelitian ini menggunakan sampel dari seluruh perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010 dan 2011. Teknik analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif dan analisis linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan media exposure berpengaruh dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sedangkan kepemilikan saham dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Persamaan : menggunakan variabel dependen yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan menggunakan analisis regresi berganda. **Perbedaan** : Penelitian terdahulu menggunakan variabel independen adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, kepemilikan saham oleh publik, dan *media exposure*. Sedangkan penelitian sekarang menggunakan ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan dewan komisaris sebagai variabel independen. Penelitian terdahulu dilakukan di perusahaan yang ada di BEI tahun 2010-2011, sedangkan penelitian sekarang dilakukan di perusahaan manufaktur yang terdaftar BEI tahun 2010-2013.

Maria Wijaya (2012) meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggungjawab sosial. Penelitian ini menggunakan sampel dari perusahaan-perusahaan pada sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode tahun 2008-2010. Penelitian ini menggunakan teknik analisis yaitu regresi linier berganda. Hasil menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, tetapi profitabilitas,

leverage, ukuran dewan komisaris dan kinerja lingkungan tidak berpengaruh pada pengungkapan CSR. **Persamaan** : Persamaan yang ada dalam penelitian terdahulu adalah penelitian menggunakan CSR sebagai unit yang akan dianalisis. **Perbedaan** : penelitian terdahulu menggunakan periode tahun 2008-2010, sedangkan penelitian sekarang tahun 2010-2013. Penelitian terdahulu menggunakan variabel independen adalah ukuran dewan komisaris, *leverage*, ukuran perusahaan profitabilitas dan kinerja lingkungan. Sedangkan pada penelitian sekarang hanya menggunakan variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan ukuran dewan komisaris yang diteliti.

Rita Yuliana, Bambang Purnomosidhi dan Eko Ganis Sukoharsono (2008)

Meneliti Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan dampaknya terhadap reaksi Investor. Variabel dependen dalam penelitian ini *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sedangkan variabel independen dalam penelitian ini meliputi ukuran perusahaan, profitabilitas, profile, ukuran dewan komisaris dan konsentrasi kepemilikan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel profile perusahaan dan konsentrasi kepemilikan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) sedangkan ukuran perusahaan, profitabilitas, dan ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Persamaan : Penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang menggunakan variabel dependennya yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang menggunakan metode purposive sampling. **Perbedaan** : Penelitian terdahulu menggunakan variabel independen adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, profil, ukuran dewan komisaris dan konsentrasi kepemilikan, sedangkan penelitian sekarang menggunakan ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage dan ukuran dewan komisaris. Penelitian terdahulu menggunakan teknik analisis data PLS sedangkan

penelitian sekarang menggunakan spss. Penelitian terdahulu menggunakan sampel perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2006 sedangkan penelitian sekarang menggunakan sampel tahun 2010-2013.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Landasan Teoritis *Corporate Social Responsibility* (CSR)

a. Teori Stakeholder (Stakeholder Theory)

Stakeholder adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan (Nor Hadi, 2011). Dengan demikian, *stakeholder* merupakan pihak internal maupun eksternal, seperti : pemerintah, perusahaan pesaing, masyarakat sekitar, lingkungan internasional, lembaga di luar perusahaan (LSM dan sejenisnya), dan sebagainya yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan. (Saleh, 2010) menyatakan bahwa teori *stakeholder* berguna dalam menjelaskan CSR. Hal ini dikarenakan teori *stakeholder* mampu membedakan antara isu sosial dengan *stakeholder*. (Guthrie, 2004) menyatakan bahwa manajemen perusahaan diharapkan untuk dapat melakukan aktivitas sesuai dengan yang diharapkan *stakeholder* dan melaporkannya kepada *stakeholder*. Teori menyatakan bahwa *stakeholder* memiliki hak untuk mengetahui semua informasi baik informasi *mandatory* maupun *voluntary* serta informasi keuangan dan non keuangan. Dampak aktivitas perusahaan kepada *stakeholder* dapat diketahui melalui pertanggungjawaban yang diberikan perusahaan berupa informasi keuangan dan non keuangan (sosial).

b. Teori Agensi (Agency Theory)

Teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi (Darwis, 2009). Teori agensi mengasumsikan bahwa semua individu bertindak atas kepentingan mereka sendiri. Sehingga terjadi konflik kepentingan antara pemilik dan agen karena kemungkinan agen tidak selalu berbuat sesuai dengan kepentingan prinsipal, sehingga memicu biaya keagenan (*agency cost*). Pemegang saham sebagai prinsipal diasumsikan hanya tertarik kepada hasil keuangan yang bertambah atau investasi mereka di dalam perusahaan. Sedangkan para agen diasumsikan menerima kepuasan berupa kompensasi keuangan dan syarat-syarat yang menyertai dalam hubungan tersebut.

Berdasarkan teori agensi, perusahaan yang menghadapi biaya kontrak dan biaya pengawasan yang rendah cenderung melaporkan laba bersih rendah atau dengan kata lain mengeluarkan biaya-biaya untuk kepentingan manajemen (salah satunya biaya yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat). Kemudian, sebagai wujud pertanggungjawaban, manajer sebagai agen berusaha memenuhi seluruh keinginan pihak prinsipal, dalam hal ini adalah pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan.

2.2.2 Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholder*, yang

melebihi tanggungjawab organisasi di bidang hukum (Anggraini, 2006). Tanggungjawab sosial dapat dikatakan sebagai timbal balik perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan sekitar karena perusahaan telah mengambil keuntungan atas masyarakat dan lingkungan sekitar. Proses pengambilan keuntungan tersebut perusahaan seringkali menimbulkan kerusakan lingkungan dan dampak sosial.

Perusahaan harus dapat berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi beriringan dengan meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja dan keluarganya serta komunitas lokal dan masyarakat luas. Ini bisa dilakukan dengan cara mengerti aspirasi dan kebutuhan *stakeholder* dan kemudian berkomunikasi dan berinteraksi dengan para *stakeholder*.

2.2.3 Manfaat Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut (Suhandari, 2007) manfaat CSR bagi perusahaan antara lain :

- a. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan.
- b. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial.
- c. Mereduksi risiko bisnis perusahaan.
- d. Melebarkan akses sumber daya bagi operasi usaha.
- e. Membuka peluang pasar yang lebih luas.
- f. Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah.
- g. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*.
- h. Memperbaiki hubungan dengan regulator.
- i. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.

- j. Peluang mendapatkan penghargaan.

2.2.4 Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut ISO 26000, Tanggungjawab Sosial Perusahaan adalah tanggungjawab sebuah organisasi terhadap dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan, yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis, yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional, serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh. Pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan penting dalam rangka mewujudkan tujuan perusahaan, yaitu meningkatkan nilai perusahaan, dan bagi perusahaan yang telah *go public* nilai perusahaan akan tercermin pada harga pasar saham.

Pengungkapan kegiatan tanggungjawab sosial yang telah dilaksanakan perusahaan, merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan citra perusahaan di masyarakat pada umumnya dan investor pada khususnya. Pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan yang sering disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting* merupakan proses mengkomunikasikan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Hal ini menurut Gray *et al.* (1987) dalam Sembiring (2005) memperluas tanggungjawab organisasi (khususnya perusahaan), di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham.

Berdasarkan pedoman laporan berkelanjutan (*sustainability report*) yang dikeluarkan oleh GRI, terdapat standar pengungkapan dimana didalam standar tersebut terdapat indikator kinerja yang harus dilaporkan kedalam *sustainability report*. Dalam standar GRI indikator kinerja dibagi menjadi 3 komponen utama, yaitu ekonomi, lingkungan hidup, dan social yang mencakup hak asasi manusia, praktek ketenagakerjaan dan lingkungan kerja, tanggungjawab produk dan masyarakat.

2.2.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

a. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap CSR

Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan, dan perusahaan yang lebih besar mempunyai aktivitas operasi yang lebih banyak memberikan pengaruh lebih besar terhadap masyarakat (Sembiring 2005). Dalam teori agensi, perusahaan memiliki biaya agensi yang besar, hal ini dikarenakan banyaknya asset yang dimiliki perusahaan, sehingga perusahaan besar akan cenderung untuk mengungkapkan lebih banyak laporan daripada perusahaan kecil. Perusahaan besar memiliki sumber daya lengkap dan besar sehingga untuk melakukan pengungkapan dengan lengkap (laporan perusahaan) tidak perlu ada biaya tambahan yang besar untuk melakukan pengungkapan dengan lebih lengkap.

b. Pengaruh Profitabilitas Terhadap CSR

Pada dasarnya, sebuah perusahaan menginginkan sebuah laba yang tinggi serta *image* perusahaan yang baik. Fahrizqi (2010) menemukan bahwa semakin

tinggi tingkat profitabilitas perusahaan, semakin besar pengungkapan informasi social yang dilakukan perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung mengungkapkan lebih banyak karena ingin menunjukkan kepada public dan *stakeholders* bahwa perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi dibandingkan dengan perusahaan lain pada industri yang sama (Luciana, 2008).

c. Pengaruh *Leverage* Terhadap CSR

Leverage memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki sebuah perusahaan, sehingga hal ini dapat digunakan untuk melihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Jensen & Mekling (1976) dalam Anggraeni (2006) mengemukakan teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio leverage yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi. Semakin tinggi rasio *leverage*, maka semakin tinggi perusahaan untuk mengingkari kontrak hutang. Manajer akan memilih metode akuntansi yang akan memaksimalkan laba sekarang. Kontrak hutang biasanya berisi tentang ketentuan bahwa perusahaan harus menjaga tingkat *leverage* tertentu (rasio/ekuitas), *interest coverage*, modal kerja dan ekuitas pemegang saham (Watt dan Zimmerman, 1990) dalam Anggraini 2006).

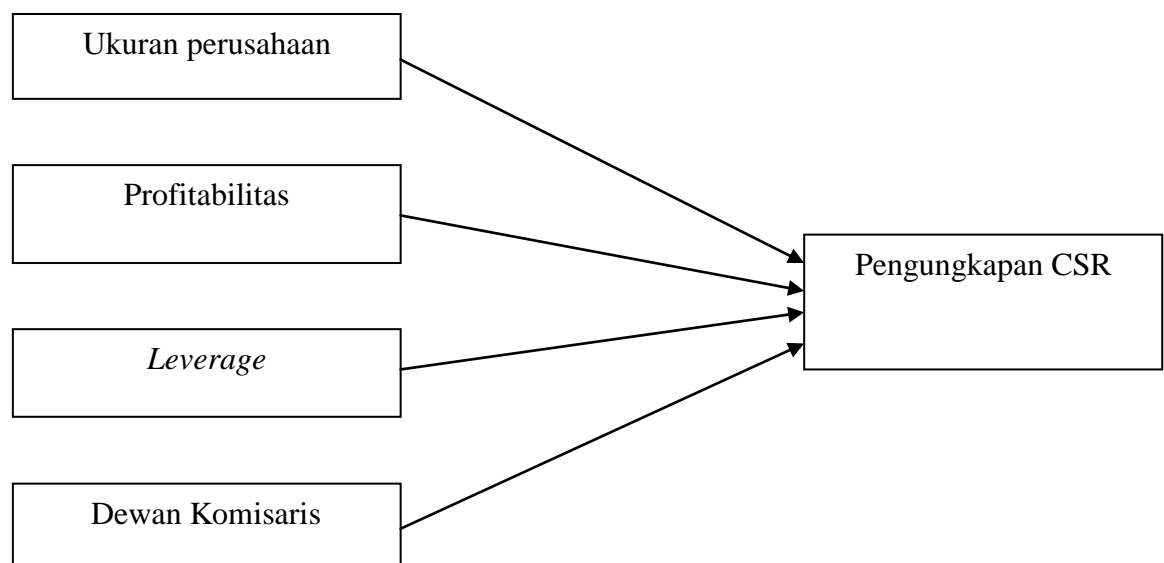
d. Pengaruh Dewan Komisaris Terhadap CSR

Dewan komisaris adalah wakil *shareholder* dalam entitas bisnis yang berfungsi mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen dalam perusahaan (Mulyadi, 2002). Dengan wewenang yang dimiliki, dewan

komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen untuk mengungkapkan informasi tanggungjawab sosial lebih banyak, sehingga dapat dijelaskan bahwa perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi tanggungjawab sosial. Sebagai wakil dari principal di dalam perusahaan, dewan komisaris dapat mempengaruhi luasnya penguungkapan tanggungjawab sosial, karena dewan komisaris merupakan pelaksana tertinggi dalam entitas. Dengan mengungkapkan tanggungjawab sosial perusahaan, maka image perusahaan akan semakin baik (Gray et al., 1988 dalam Anggraini, 2006).

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan analisis dalam landasan teori dan penelitian terdahulu yang menguji faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR, yaitu Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Dewan Komisaris. Maka dibuat model penelitian seperti gambar berikut ini :



2.4 Hipotesis

H1 : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

H2 : Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

H3 : *Leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

H4 : Dewan Komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan CSR