

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian terdahulu

Landasan dan acuan dari penelitian ini, peneliti mengacu pada penelitian terdahulu tentang *Corporate Governance* dan penerapannya di Indonesia. Penelitian – penelitian tersebut di antaranya :

1. Sitepu (2008)

Menemukan hasil bahwa dewan komisaris, tingkat *financial leverage*, ukuran perusahaan dan profitabilitas secara bersama-sama atau simultan memiliki kemampuan mempengaruhi jumlah informasi pengungkapan tanggung jawab sosial yang diungkapkan dalam laporan keuangan tahunan. Penelitian Sitepu ini juga menemukan bahwa tingkat *financial leverage* dan ukuran perusahaan secara statistik tidak berpengaruh terhadap jumlah pengungkapan sosial dalam laporan keuangan tahunan perusahaan.

2. Indah Dewi Utami (2007)

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris apakah ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris; kepemilikan institusional, kepemilikan asing, dan umur perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa ukuran perusahaan

dan ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Kepemilikan institusional, asing, dan umur tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

3. Hardhina Rosmasita. (2007)

Penelitian ini menunjukkan kepemilikan manajemen, *financial leverage*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas secara bersama – sama memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan keuangan perusahaan. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa *financial leverage*, ukuran perusahaan, profitabilitas secara statistik tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Namun kepemilikan manajemen menunjukkan bahwa secara statistik mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan keuangan tahunan.

4. Anggraini. (2006)

Penelitian ini menunjukkan bahwa hanya variabel presentase kepemilikan manajemen dan tipe industri yang berpengaruh signifikan terhadap kebijakan perusahaan dalam mengungkapkan suatu informasi sosial dengan arah sesuai dengan yang diprediksi. Semakin besar kepemilikan manajer di dalam perusahaan, manajer perusahaan akan semakin banyak mengungkapkan informasi sosial. Hal ini mendukung teori keagenan, manajemen akan semakin banyak melakukan kegiatan produktif yang dapat meningkatkan image perusahaan.

5. Sembiring (2005)

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk meneliti mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR pada perusahaan di Indonesia. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa *size* perusahaan, *profile*, dan ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Tetapi untuk profitabilitas dan *leverage* gagal menunjukkan hasil yang signifikan.

Penelitian Terdahulu

Keterangan	Sitepu (2008)	Indah Dewi Utami (2007)	Hardhina Rosmasita (2007)	Anggraini (2006)	Sembiring (2005)
Variabel independen penelitian	Ukuran dewan komisaris, Leverage, Ukuran perusahaan, Profitabilitas	Ukuran perusahaan, Ukuran dewan Komisaris, Kepemilikan institusional, kepemilikan asing dan umur perusahaan	Kepemilikan manajemen, Ukuran perusahaan, Profitabilitas, Leverage	Presentase kepemilikan saham, Ukuran perusahaan, tipe industri, Profitabilitas	Size perusahaan, Profile, Ukuran dewan komisaris, Profitabilitas, dan Leverage
Variabel dependen penelitian	Pengungkapan sosial	Pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan	Pengungkapan informasi lingkungan dalam laporan keuangan tahunan	Pengungkapan informasi sosial	Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR pada perusahaan di Indonesia
Hasil penelitian	Ukuran dewan komisaris, Leverage, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas mempengaruhi pengungkapan sosial	Kepemilikan institusional, asing, dan umur tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan	Kepemilikan manajemen, Leverage, Ukuran perusahaan dan Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan dalam laporan tahunan	Hanya variabel presentase kepemilikan dan tipe industri yang berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan sosial	Menyatakan bahwa Size Perusahaan, Profile, dan Ukuran dewan Komisaris berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR tetapi untuk Profitabilitas dan Leverage gagal menunjukkan hasil yang signifikan
Persamaan	Terletak pada variabel dependen yang meneliti tentang suatu pengungkapan sosial	Teknis analisis data yang dipakai adalah uji regresi berganda dan memakai metode purposive sampling dalam pengumpulan sampel	Kepemilikan manajemen menunjukkan bahwa secara statistik mempengaruhi pengungkapan tanggungjawab sosial dalam laporan keuangan tahunan	Terletak pada variabel dependen	Topic yang dipakai yaitu mengenai pengungkapan CSR dan teknis analisis yang digunakan adalah regresi berganda

Perbedaan	Terletak pada variabel independen yang digunakan penelitian terdahulu yang mencakup Ukuran dewan komisaris, Leverage, Ukuran perusahaan, Profitabilitas sedangkan penelitian saat ini menggunakan variabel independen kepemilikan saham, Size, Leverage, Profitabilitas	Periode waktu penelitian kali ini adalah tahun 2009-2011. Periode waktu penelitian ini adalah tahun 2005-2007	Terletak di variabel independen penelitian terdahulu yang mencakup kepemilikan manajemen, Profitabilitas, Leverage, Ukuran perusahaan. sedangkan penelitian saat ini menggunakan variabel independen Kepemilikan saham, Size, Leverage, dan Profitabilitas	Terletak pada variabel independen. Penelitian terdahulu menggunakan variabel independen mengenai Presentase kepemilikan saham, Ukuran perusahaan, Tipe industry, Profitabilitas. Sedangkan penelitian saat ini menggunakan variabel independen kepemilikan saham, Size, Leverage, dan Profitabilitas	Terletak pada variabel yang digunakan Sembiring adalah Size, Profitabilitas, Profile, Ukuran dewan komisaris dan Leverage. Dalam penelitian ini menggunakan variabel kepemilikan saham, Size, Leverage, dan Profitabilitas
------------------	---	---	--	--	--

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Stakeholder

Pendekatan *stakeholder* muncul pada pertengahan tahun 1980-an. Latar belakang pendekatan *stakeholder* adalah keinginan untuk membangun suatu kerangka kerja yang responsif terhadap masalah yang dihadapi para manajer saat itu yaitu perubahan lingkungan (Freeman dan McVea 2001). Tujuan dari manajemen stakeholder adalah untuk merancang metode untuk mengelola berbagai kelompok dan hubungan yang dihasilkan dengan cara yang strategis (Freeman dan McVea, 2001).

Kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholdernya* (Gray, *et al.*, 1995). Perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, dan untuk

mendapatkan dukungan dari *stakeholder* perusahaan harus memberikan manfaat bagi para *stakeholdernya*.

Definisi *stakeholder* menurut Freeman dan McVea (2001) adalah setiap kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi. *Stakeholder* dapat dibagi menjadi dua berdasarkan karakteristiknya yaitu *stakeholder* primer dan *stakeholder* sekunder (Clarkson, 14 1995). *Stakeholder* primer adalah seseorang atau kelompok yang tanpanya perusahaan tidak dapat bertahan untuk *going concern*, meliputi : *shareholder* dan investor, karyawan, konsumen dan pemasok, bersama dengan yang didefinisikan sebagai kelompok *stakeholder* publik, yaitu : pemerintah dan komunitas. Kelompok *stakeholder* sekunder didefinisikan sebagai mereka yang mempengaruhi, atau dipengaruhi perusahaan, namun mereka tidak berhubungan dengan transaksi dengan perusahaan dan tidak esensial kelangsungannya.

Dari dua jenis *stakeholder* diatas, *stakeholder* primer adalah *stakeholder* yang paling berpengaruh bagi kelangsungan perusahaan karena mempunyai *power* yang cukup tinggi terhadap ketersediaan sumber daya perusahaan. Oleh karena itu, “ketika *stakeholder* mengendalikan sumber ekonomi yang penting bagi perusahaan, maka perusahaan akan bereaksi dengan cara-cara yang memuaskan keinginan *stakeholder*” (Chariri dan Ghozali, 2007). Lebih lanjut lagi teori *stakeholder* umumnya berkaitan dengan cara-cara yang digunakan perusahaan untuk memanage *stakeholder* (Gray, et al., 1997 dalam Ghozali dan Chariri 2007).

Teori *stakeholder* adalah teori yang menggambarkan kepada pihak mana saja (stakeholder) perusahaan bertanggungjawab Freeman (2001). Perusahaan harus menjaga hubungan dengan *stakeholder* dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan *stakeholder*, terutama *stakeholder* yang mempunyai *power* terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan, misal tenaga kerja, pasar atas produk perusahaan dan lain-lain (Chariri dan Ghazali, 2007). Salah satu strategi untuk menjaga hubungan dengan para *stakeholder* perusahaan adalah dengan melaksanakan CSR, dengan pelaksanaan CSR diharapkan keinginan dari *stakeholder* dapat terakomodasi sehingga akan menghasilkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan *stakeholder*. Hubungan yang harmonis akan berakibat pada perusahaan dapat mencapai keberlanjutan atau kelestarian perusahaannya (*sustainability*).

2.2.2 Corporate Social Responsibility

Pengertian pertanggungjawaban sangat beragam. Intinya, tanggung jawab sosial adalah operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, melainkan pula untuk pembangunan sosial-ekonomi kawasan secara holistik, melembaga dan berkelanjutan. Selain itu, CSR diartikan pula sebagai komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan dan masyarakat setempat (lokal) dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan (Lisna Untari, 2010).

Definisi CSR menurut Komisi Eropa adalah :

"Sebuah konsep dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan mereka secara sukarela."

Menurut *International Finance Corporation*, CSR didefinisikan sebagai:

"The commitment of business to contribute to sustainable economic development working with employers and their representatives the local community and large to improve quality of life, in that are both good for business and good for development".

Definisi tersebut dapat diartikan sebagai komitmen dunia bisnis untuk memberi kontribusi terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui kerjasama dengan karyawan, keluarga mereka, komunitas lokal dan masyarakat luas untuk meningkatkan kualitas kehidupan mereka melalui cara-cara yang baik bagi bisnis maupun pembangunan.

Menurut Holmes (1976) dalam Moir (2001) menyatakan "selain menghasilkan keuntungan, perusahaan harus membantu memecahkan masalah-masalah sosial terkait atau tidak perusahaan ikut menciptakan masalah tersebut bahkan jika disana tidak mungkin ada potensi keuntungan jangka pendek atau jangka panjang.

Pengertian lain mengenai CSR dikemukakan oleh Baker (2007). Baker menyatakan," tanggung jawab sosial bagaimana cara perusahaan mengelola proses bisnisnya untuk menghasilkan segala hal yang positif yang berpengaruh terhadap lingkungannya." Pengertian CSR menurut Baker tersebut dapat diartikan bahwa kegiatan CSR bukan saja hanya untuk melepas kewajiban terhadap peraturan saja, tapi harus menjadi bagian dari budaya perusahaan. CSR bukan

hanya untuk menaikkan image perusahaan, tetapi sebagai bagian operasi non keuangan dari perusahaan.

Dauman dan Hargreaves (1992) dalam Hasibuan (2001) menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan dapat dibagi menjadi tiga level sebagai berikut:

1. *Basic responsibility* (BR)

Pada level pertama, menghubungkan tanggung jawab yang pertama dari suatu perusahaan, yang muncul karena keberadaan perusahaan tersebut seperti; perusahaan harus membayar pajak, memenuhi hukum, memenuhi standar pekerjaan, dan memuaskan pemegang saham. Bila tanggung jawab pada level ini tidak dipenuhi akan menimbulkan dampak yang sangat serius.

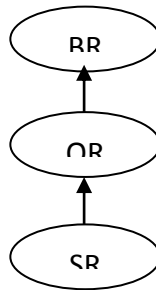
2. *Organization responsibility* (OR)

Pada level kedua ini menunjukkan tanggung jawab perusahaan untuk memenuhi perubahan kebutuhan ”*Stakeholder*” seperti pekerja, pemegang saham, dan masyarakat di sekitarnya.

3. *Societal responses* (SR)

Pada level ketiga, menunjukkan tahapan ketika interaksi antara bisnis dan kekuatan lain dalam masyarakat yang demikian kuat sehingga perusahaan dapat tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan, terlibat dengan apa yang terjadi dalam lingkungannya secara keseluruhan.

Tingkatan Tanggung Jawab Perusahaan



Gambar 2.1

Sumber : Dauman dan Hargreaves (1992) dalam Hasibuan (2001)

Dari ketiga pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa tanggung jawab sosial adalah suatu bentuk pertanggungjawaban yang seharusnya dilakukan perusahaan, atas dampak positif maupun dampak negatif yang ditimbulkan dari aktivitas operasionalnya, dan mungkin sedikit-banyak berpengaruh terhadap masyarakat internal maupun eksternal dalam lingkungan perusahaan. Selain melakukan aktivitas yang berorientasi pada laba, perusahaan perlu melakukan aktivitas lain, misalnya aktivitas untuk menyediakan lingkungan kerja yang aman bagi karyawannya, menjamin bahwa proses produksinya tidak mencemarkan lingkungan sekitar perusahaan, melakukan penempatan tenaga kerja secara jujur, menghasilkan produk yang aman bagi para konsumen, dan menjaga lingkungan eksternal untuk mewujudkan kepedulian sosial perusahaan.

2.2.3 Pertanggung Jawaban Sosial dan Akuntansi Pertanggung Jawaban Sosial

Selain itu menurut (Anggraini, 2006) pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi

suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya terhadap *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi dibidang hukum. Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (sustainable development). *Sustainability Reporting* meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi (ACCA, 2004). *Sustainability report* harus menjadi dokumen strategik yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *Sustainability Development* yang membawanya menuju kepada *core business* dan sektor industrinya. Sedangkan Zhegal & Ahmad (1990) dalam Anggraini (2006) mengidentifikasikan hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan sosial perusahaan, yaitu sbb :

1. Lingkungan, meliputi pengendalian terhadap polusi, pencegahan atau perbaikan terhadap kerusakan lingkungan, konservasi alam, dan pengungkapan lain yang berkaitan dengan lingkungan.
2. Energi, meliputi konservasi energi, efisiensi energi, dll.
3. Praktik bisnis yang wajar, meliputi pemberdayaan terhadap minoritas dan perempuan, dukungan terhadap usaha minoritas, tanggung jawab sosial.
4. Sumber daya manusia, meliputi aktivitas di dalam suatu komunitas, dalam kaitan dengan pelayanan kesehatan, pendidikan dan seni.
5. Produk, meliputi keamanan, pengurangan polusi.

Akuntansi pertanggungjawaban sosial dapat memberikan informasi mengenai sejauh mana organisasi atau perusahaan memberikan kontribusi positif atau negatif terhadap kualitas hidup manusia dan lingkungannya Belkaoui [(2000) dalam Komar (2004)].

2.2.4 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Pengungkapan didefinisikan sebagai penyediaan sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian optimal pasar modal secara efisien (Hendriksen, 1996). Pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting* (Mathews, 1995) dalam Eddy Rismanda Sembiring (2005) atau *corporate social disclosure* (Hackston dan Milne, 1996) merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Alasan utama mengapa suatu pengungkapan diperlukan adalah agar pihak investor dapat melakukan suatu *informed decision* dalam pengambilan keputusan investasi.

Berkaitan dengan keputusan investasi, investor memerlukan tambahan informasi yang tidak hanya informasi tambahan tapi juga informasi non keuangan. Informasi non keuangan tersebut dapat di ungkapkan dalam laporan tahunan (*annual report*) perusahaan (Tengku Siti Sandra, 2010).

2.2.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Setiap perusahaan mempunyai kebijakan yang berbeda-beda mengenai pengungkapan sosial sesuai dengan karakteristik perusahaan. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan pertanggungjawaban sosial diproksikan ke dalam kepemilikan saham publik, *size*, leverage, dan profitabilitas, yang dianggap sebagai variabel penduga dalam pengungkapan pertanggungjawaban sosial.

1. Kepemilikan Saham Publik

Kepemilikan saham oleh publik maksudnya adalah jumlah saham yang dimiliki oleh publik. Pengertian publik disini adalah pihak individu di luar manajemen dan tidak memiliki hubungan istimewa dengan perusahaan. Semakin besar proporsi kepemilikan saham publik, semakin banyak pihak yang membutuhkan informasi tentang perusahaan, sehingga banyak pula butir-butir informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan. Semakin besar saham yang dimiliki oleh publik, akan semakin banyak informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan, investor ingin memperoleh informasi seluas-luasnya tentang tempat berinvestasi serta dapat mengawasi kegiatan manajemen, sehingga kepentingan dalam perusahaan terpenuhi (A'inun Na'im dan Fuad Rakhman 2000).

Kepemilikan saham oleh publik umumnya dapat bertindak sebagai pihak yang memonitor perusahaan. Perusahaan dengan kepemilikan publik yang besar (lebih dari 5%) mengindikasikan kemampuannya untuk memonitor manajemen.

Semakin besar kepemilikan publik maka semakin efisien pemanfaatan aktiva perusahaan dan diharapkan juga dapat bertindak sebagai pencegahan terhadap pemborosan yang dilakukan oleh manajemen (Faizal, 2004).

Perusahaan yang sahamnya dimiliki oleh publik akan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih besar daripada perusahaan yang sahamnya tidak dikuasai oleh publik. Perusahaan yang sudah lama berdiri akan memiliki tanggung jawab sosial yang semakin besar, karena semakin tingginya kepercayaan investor dan masyarakat luas. Akibatnya, perusahaan harus memberikan informasi yang seluas-luasnya kepada investor dan masyarakat luas, tidak hanya berupa laporan keuangan tetapi juga berupa pengungkapan tanggung jawab sosial.

Sedangkan penelitian Susanto (1994) dalam Marwata (2006) meneliti luas pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan perusahaan yang terdaftar di BEJ, menemukan kepemilikan saham oleh publik dalam penelitian ini tidak memiliki hubungan dengan luas pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan.

Tingkat kepemilikan yang tinggi akan menimbulkan usaha pengawasan yang lebih besar oleh pihak investor sehingga dapat menghalangi perilaku opportunistic manajer. Perusahaan dengan kepemilikan yang besar (lebih dari 5%) mengindikasikan kemampuannya untuk memonitor manajemen (Arif, 2006).

2. Size

Penjelasan yang sering diajukan adalah karena perusahaan besar memiliki sumber daya yang besar, sehingga perusahaan perlu dan mampu untuk membiayai penyediaan informasi untuk keperluan internal. Informasi tersebut sekaligus

menjadi bahan untuk keperluan pengungkapan informasi kepada pihak eksternal, sehingga tidak perlu ada tambahan biaya yang besar untuk dapat melakukan pengungkapan dengan lebih lengkap.

Sebaliknya, perusahaan dengan sumber daya yang relatif kecil mungkin tidak memiliki informasi siap saji sebagaimana perusahaan besar, sehingga perlu ada tambahan biaya yang relatif besar untuk dapat melakukan pengungkapan selengkapya yang dilakukan perusahaan besar.

Dalam penelitian Fitriani (2001) terdapat tiga alternatif yang digunakan untuk menghitung *size* perusahaan, yaitu total *asset*, penjualan bersih dan kapitalisasi pasar. Fitriani (2001) menunjukkan bahwa variabel *size* mempunyai positif terhadap kelengkapan pengungkapan. Jadi semakin besar *size* perusahaan maka akan semakin tinggi pengungkapannya. Dalam penelitian ini *size* perusahaan didasarkan pada total aktiva, karena berdasarkan penelitian Fitriani (2001) total aktiva lebih menunjukkan *size* perusahaan dibandingkan kapitalisasi pasar (Market Capitalization). Cowen *et.al* (1987) dalam Sembiring (2003) menyatakan bahwa perusahaan yang lebih besar mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan dalam laporan tahunan, yang merupakan media untuk menyebarkan informasi tentang tanggung jawab sosial keuangan perusahaan.

3. *Leverage*

Leverage merupakan alat yang digunakan untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur untuk membiayai *asset* perusahaan. Dilihat dari perusahaan dengan tingkat leverage tinggi menandakan bergantung pada

pinjaman dari luar untuk membiayai assetnya. Hal sebaliknya pada perusahaan dengan tingkat *leverage* yang lebih rendah lebih banyak membiayai assetnya dengan menggunakan modal sendiri. Tingkat *leverage* menggambarkan resiko keuangan perusahaan. Teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi (Jensen & Mecking, 1976 dalam Anggraini, 2006).

4. Profitabilitas

Pengungkapan mengenai pertanggungjawaban sosial perusahaan mencerminkan suatu pendekatan perusahaan dalam melakukan adaptasi dengan lingkungan yang dinamis dan bersifat multidimensi. Hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan profitabilitas perusahaan telah diyakini mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial yang sama dengan gaya manajerial yang dilakukan pihak manajemen untuk membuat suatu perusahaan memperoleh keuntungan (Bowman dan Haire, 1976 dalam Sembiring, 2003).

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan cerminan suatu pendekatan manajemen dalam menghadapi lingkungan yang dinamis dan *multidimensional* serta kemampuan untuk mempertemukan tekanan sosial dengan reaksi kebutuhan masyarakat. Dengan demikian, ketrampilan manajemen perlu dipertimbangkan untuk *survive* dalam lingkungan perusahaan masa kini (Cowen *et al.*, 1987 dalam Hasibuan, 2001).

Penelitian di Indonesia yang dilakukan oleh Rahma Yuliani (2003) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan. Namun hal ini bertentangan dengan teori agensi yang menyatakan bahwa semakin besar perolehan laba yang didapat perusahaan, maka semakin luas informasi sosial yang diungkapkan perusahaan. Ini dilakukan untuk mengurangi biaya keagenan yang muncul. Mengingat ketidakkonsistenan dari hasil penelitian para ahli yang telah dikemukakan di atas, maka dalam penelitian ini menguji kembali pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan sosial perusahaan manufaktur dalam laporan tahunan di Bursa Efek Indonesia.

2.2.6 Pengaruh Kepemilikan Saham Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Proporsi kepemilikan saham oleh publik ditentukan oleh prosentasi kepemilikan saham yang dimiliki oleh pihak publik. Pengertian publik disini adalah pihak individu yang berada di luar manajemen dan tidak memiliki hubungan istimewa dengan perusahaan. Kepemilikan saham oleh publik umumnya dapat bertindak sebagai pihak yang memonitor perusahaan. Perusahaan dengan kepemilikan publik yang besar (lebih dari 5%) mengindikasikan kemampuannya untuk memonitor manajemen. Semakin besar kepemilikan publik maka semakin efisien pemanfaatan aktiva perusahaan dan diharapkan juga dapat bertindak sebagai pencegahan terhadap pemborosan yang dilakukan oleh manajemen (Faizal, 2004 dalam Arif, 2006).

2.2.7 Pengaruh *Size* Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Ferry dan Jones dalam Jaelani (2001: 79) ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan. Jadi ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari besar kecilnya modal yang digunakan, total aktiva yang dimiliki atau total penjualan yang diperoleh. Perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibanding dengan perusahaan yang berukuran kecil. Alasan lainnya adalah bahwa perusahaan besar mempunyai biaya produksi informasi yang lebih rendah yang berkaitan dengan pengungkapan mereka atau biaya *competitive disadvantage* yang lebih rendah pula.

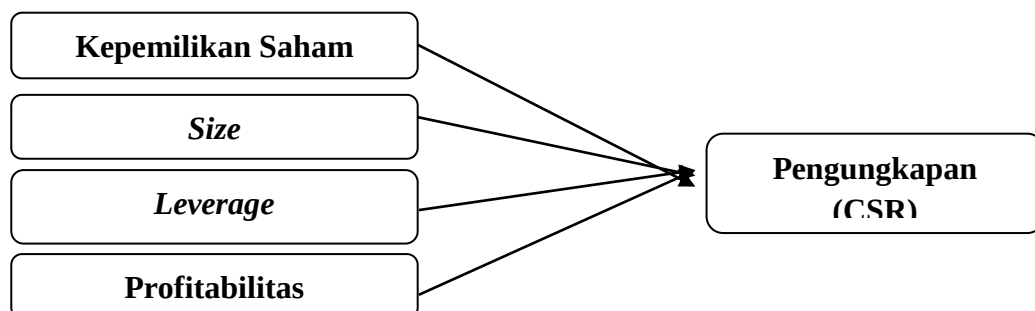
2.2.8 Pengaruh *Leverage* Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi (Jensen & Meckling, 1976). Dengan kata lain, perusahaan dengan tingkat rasio *leverage* tinggi akan memiliki kewajiban melakukan pengungkapan lebih luas daripada perusahaan dengan tingkat rasio *leverage* rendah.

2.2.9 Pengaruh Profitabilitas Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Penelitian yang dilakukan Bowman dan Haire (1976) dan Preston (1978) dalam Hackston dan Milne (1976) mendukung adanya hubungan profitabilitas dengan pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan penelitian yang dilakukan Hackston dan Milne (1976); Belkaoui dan Karpik (1989); Sembiring (2005) dan Anggraeni (2006) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.2

Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis Penelitian

H_1 = Ada pengaruh antara Kepemilikan saham perusahaan manufaktur terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia.

- H₂ = Ada pengaruh antara *Size* perusahaan manufaktur terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia.
- H₃ = Ada pengaruh antara *leverage* perusahaan manufaktur terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia.
- H₄ = Ada pengaruh antara Profitabilitas perusahaan manufaktur terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia.