

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu yang mendukung dari penelitian ini:

1. Agus Purwanto (2011)

Rujukan penelitian pertama ini dilakukan dengan topik Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility* yang bertujuan untuk menganalisis dampak keterkaitan dalam variabel Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial tiap perusahaan yang diterbitkan melalui *annual report perusahaan* tersebut. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan variabel dependennya adalah *Corporate Social Responsibility*. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh perusahaan non-keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2009. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria-kriteria yang sudah ditetapkan. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda untuk menguji hipotesis yang terkait.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) tipe industri berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial (2) ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pertanggungjawaban sosial (3)

profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial.

Persamaan: persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sekarang adalah sama-sama menggunakan variabel dependen yaitu CSR dan juga sama-sama menggunakan variabel ukuran perusahaan dan profitabilitas, sedangkan

Perbedaan: perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu ini adalah penelitian sekarang menggunakan uji deskriptif, uji asumsi klasik serta penelitian yang sekarang menggunakan tambahan variabel seperti leverage, kepemilikan manajerial dan institusi serta komite audit. Perbedaan juga terdapat pada penelitian terdahulu dimana menggunakan sampel perusahaan non-keuangan yang terdaftar di BEI pada tahun 2009 sedangkan penelitian sekarang menggunakan sampel perusahaan Manufaktur pada tahun 2010-2012.

2. Maya Indriastuti dan Chrisna Suhendi (2012)

Rujukan penelitian kedua dengan topik Analisis mengenai pengungkapan pertanggungjawaban sosial yang ditinjau dari beberapa karakteristik perusahaan yang bertujuan untuk memberikan gambaran tentang praktik pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilaksanakan perusahaan. Variabel independen dalam penelitian ini adalah profitabilitas dan leverage sedangkan variabel dependennya adalah pengungkapan tanggung jawab sosial. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan perbankan yang go publik di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2009-2011. Metode pengambilan sampel menggunakan *judgement sampling*, yaitu salah satu bentuk dari *purposive sampling* dengan

mengambil sampel yang telah ditentukan berdasarkan maksud dan tujuan penelitian. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan perbankan. (2) tingkat *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan perbankan.

Persamaan: Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sekarang adalah kedua penelitian ini sama-sama menggunakan variabel dependen yaitu pengungkapan CSR dan juga sama-sama menggunakan beberapa variabel independen yaitu profitabilitas dan leverage.

Perbedaan: perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu ini adalah sampel perusahaan perbankan yang go public di BEI pada tahun 2009-2011, sedangkan penelitian sekarang menggunakan sampel penelitian perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2010-2012. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Maya Indriastuti dan Chrisna Suhendi (2012) hanya menggunakan uji regresi linier berganda pada teknik analisis data, sedangkan pada penelitian sekarang menggunakan uji deskriptif, uji asumsi klasik dan uji regresi linier berganda.

3. Sadaf Ehsan dan Ahmad (2012)

Rujukan Penelitian ketiga yang digunakan dalam penelitian ini dengan topik penyelidikan secara empiris mengenai korelasi antara tanggung jawab sosial dan kinerja keuangan suatu perusahaan yang bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara tanggung jawab sosial dan kinerja keuangan data perusahaan di

Pakistan. Variabel independen yang digunakan adalah Kinerja Keuangan dan variabel dependennya adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR). Populasi dalam penelitian ini adalah 100 perusahaan non-keuangan dari empat sektor manufaktur (kimia, konstruksi dan materi, mobil/transportasi, farmasi dan biotech) yang terdaftar di Bursa Efek Karachi Pakistan. Teknik analisis data menggunakan *Correlation and Generalized Least Square Random Effect Regression*.

Hasil penelitian ini adalah (1) terdapat hubungan positif antara kinerja keuangan dan tanggung jawab sosial (2) terdapat peningkatan kontribusi dalam kesejahteraan sosial masyarakat, meningkatkan standar hidup dengan mempromosikan fasilitas pendidikan dan kesehatan yang lebih baik, serta melindungi lingkungan dari perubahan yang bersifat negatif.

Persamaan: Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sekarang adalah kedua penelitian ini sama-sama menggunakan variabel dependen yaitu pengungkapan CSR.

Perbedaan: Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu ini adalah menggunakan variabel independen *financial performance* / Kinerja Keuangan. Hal ini berbeda dengan penelitian sekarang yang menggunakan 6 variabel, yaitu : size , profitabilitas, leverage, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan komite audit. Serta pada penelitian terdahulu menggunakan Uji regresi berupa *Generalized Least Square Random Effect* pada teknik analisis data, sedangkan penelitian sekarang menggunakan uji deskriptif, uji asumsi klasik dan uji regresi linier berganda.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Teori legitimasi menyatakan bahwa suatu organisasi hanya bisa bertahan jika masyarakat dimana dia berada merasa bahwa organisasi beroperasi berdasarkan sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai yang dimiliki oleh masyarakat. Sistem nilai yang sepadan artinya terdapat kesesuaian sikap, tindakan dan akibat yang dilakukan perusahaan di lingkungan sekitar atau masyarakat sehingga menimbulkan citra positif dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Kaitannya dengan penelitian yang dilakukan sekarang adalah bahwa penelitian sekarang ingin melihat sejauh mana perusahaan manufaktur dalam pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan dimana erat kaitannya dengan hubungan perusahaan dengan lingkungan dan masyarakat sekitar, pemikiran ini juga tidak terlepas dari bahwa perusahaan bukan merupakan entitas yang dapat berdiri sendiri tapi memerlukan lingkungan dan masyarakat sekitar yang mendukung proses yang ada di dalam perusahaan. Lindblom (1994) menyatakan bahwa suatu organisasi mungkin menerapkan empat strategi legitimasi ketika menghadapi berbagai ancaman legitimasi. Oleh karena itu untuk menghadapi kegagalan kinerja perusahaan (seperti kecelakaan yang serius atau skandal keuangan), organisasi mungkin:

- 1) Mencoba untuk mendidik stakeholdernya tentang tujuan organisasi untuk meningkatkan kinerjanya.

- 2) Mencoba untuk merubah persepsi stakeholder terhadap suatu kejadian (tetapi tidak merubah kinerja aktual organisasi).
- 3) Mengalihkan (memanipulasi) perhatian dari masalah yang menjadi perhatian (mengkonsentrasikan terhadap beberapa aktivitas positif yang tidak berhubungan dengan kegagalan - kegagalan).
- 4) Mencoba untuk merubah ekspektasi eksternal tentang kinerjanya.

Pemikiran tentang legitimasi selanjutnya dikembangkan oleh Weber (Economic and Society, 1968) dalam perpektif teori modern menyatakan terdapat asumsi bahwa legitimasi harus memiliki hubungan ciri-ciri otoritatif, hukum, perasaan, mengikat, atau kebenaran yang melekat pada sebuah tatanan; sebuah pemerintah atau negara dianggap sah, jika memiliki hak-hak untuk memerintah. Menurut pandangan ini hak dapat diterima sebagai keyakinan dalam kesesuaian dengan tatanan yang ada dan hak untuk memerintah. Adanya standar obyektif bersifat eksternal atau universal untuk menilai kebenaran yang didasarkan pada hukum alamiah, penalaran, atau sebuah prinsip transhistoris nampaknya selalu ditolak dengan alasan tidak masuk akal atau naif. Terdapat empat alasan untuk memperoleh legitimasi bagi setiap tatanan sosial, yakni; (1) tradisi; (2) pengaruh; (3) rasionalitas nilai dan (4) legalitas. Weber (Economic and Society, 1968) dalam (Scaff, 2000, p. 563)

2.2.2 Teori *Stakeholder*

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus mampu memberikan manfaat bagi *stakeholdernya* (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analisis dan pihak lain). Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* perusahaan tersebut (Ghozali & Chariri, 2007, p. 409).

Kaitannya dengan penelitian yang dilakukan sekarang adalah bahwa peneliti ingin mengetahui sejauh mana pengaruh kepemilikan manajerial maupun kepemilikan institusional dalam mendukung pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan terhadap baik dari segi lingkungan ataupun masyarakat sekitar sehingga apabila terjalin hubungan yang positif maka teori *stakeholder* yang ada di perusahaan tersebut sudah berjalan dengan baik dan optimal.

Teori *stakeholder* digunakan sebagai dasar untuk menganalisis kelompok-kelompok yang mana perusahaan harus bertanggung jawab (Moir, 2001, p. 16). Definisi *stakeholder* menurut Freeman (1984) adalah setiap kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi. *Stakeholder* khususnya dapat dibedakan kedalam *stakeholder* primer dan sekunder. Clarkson (1995) dalam Moir (2001) mendefinisikan *stakeholder* primer sebagai seseorang atau kelompok yang tampaknya perusahaan tidak dapat “*going concern*”, meliputi: *shareholder* dan investor, karyawan, konsumen dan pemasok, bersama dengan yang didefinisikan

dengan *shareholder public*, yaitu: pemerintah dan komunitas yang menyediakan infrastruktur dan pasar, yang undang-undang dan peraturannya harus ditaati, dan kepadanya pajak dan kewajibannya harus dibayar. Kelompok *stakeholder* sekunder didefinisikan sebagai ; mereka yang mempengaruhi, atau dipengaruhi perusahaan, namun mereka tidak berhubungan dengan transaksi dengan perusahaan dan tidak esensial kelangsungannya.

Stakeholder pada dasarnya dapat mengendalikan atau memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang digunakan perusahaan. Oleh karena itu power *stakeholder* ditentukan oleh besar kecilnya power yang dimiliki *stakeholder* atas sumber tersebut. Power tersebut dapat berupa kemampuan untuk membatasi pemakaian sumber ekonomi yang terbatas (modal dan tenaga kerja), akses terhadap media yang berpengaruh, kemampuan untuk mengatur perusahaan, atau kemampuan untuk mempengaruhi konsumsi atas barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan (Ghozali & Chariri, 2007, p. 410). Oleh karena itu, ketika *stakeholder* mengendalikan sumber ekonomi yang penting bagi perusahaan, maka perusahaan akan bereaksi dengan cara-cara yang memuaskan keinginan *stakeholder* (Ullman, 1985).

Atas dasar argumen diatas, teori *stakeholder* umumnya berkaitan dengan cara-cara yang digunakan perusahaan untuk me-*manage stakeholder*-nya. Cara-cara yang dilakukan untuk me-*manage stakeholder*-nya tergantung pada strategi yang diadopsi perusahaan. Organisasi dapat mengadopsi strategi pasif atau aktif. Ullman (1985) mengatakan bahwa strategi aktif adalah apabila perusahaan berusaha mempengaruhi hubungan organisasinya dengan *stakeholder*

yang dipandang berpengaruh, sedangkan perusahaan yang mengadopsi strategi pasif cenderung tidak terus menerus memonitor aktivitas *stakeholder* dan secara sengaja tidak mencari strategi optimal untuk menarik perhatian stakeholder. Akibatnya adalah rendahnya tingkat pengungkapan informasi sosial dan rendahnya kinerja sosial perusahaan.

Dalam bagian ini akan menjelaskan mengenai teori yang melandasi penelitian ini , mulai dari penjelasan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan, pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan, dan definisi variabel penelitian mengenai karakteristik penelitian ,yaitu kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, komite audit, size, profitabilitas dan leverage.

2.2.3 Konsep Corporate Social Responsibility

1. Tanggungjawab Sosial Perusahaan

Menurut Untung (2008, p. 1) memberikan pengertian mengenai *Corporate Social Responsibility* sebagai berikut:

Corporate Social Responsibility adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan.

Adapun arti CSR menurut ISO 26000 dalam Joko Prastowo (2011, p. 100)

adalah:

Responsibility of an organization for the impacts of its decisions activities on society and the environment, through transparent and ethical behavior that contributes to sustainable development, including health and the welfare of society; takes into account the expectations of stakeholder; is in compliance with applicable law and consistent with international norms of behavior; and is integrated throughout the organization and practiced in its relationship.

Berkontribusi dalam perkembangan ekonomi, mempekerjakan pegawai, keluarga, komunitas lokal, dan masyarakat untuk meningkatkan kualitas hidup merupakan salah satu komitmen bisnis (KPMG, 2005). Tanggung jawab sebuah perusahaan tersebut meliputi beberapa aspek yang semuanya itu tidak dapat dipisahkan. Dari pengertian tentang tanggung jawab perusahaan di atas muncullah tanggung jawab sosial yang harus dijalankan oleh perusahaan. Wineberg dan Philip (2004, p. 72) mendefinisikan Tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* yang selanjutnya disingkat menjadi CSR adalah kontribusi sebuah perusahaan yang terpusat pada aktivitas bisnis, investasi sosial dan program *Philantrophy*, dan kewajiban dalam kebijakan publik.

Perusahaan memiliki kewajiban sosial atas apa yang terjadi disekitar lingkungan masyarakat. Selain menggunakan dana dari pemegang saham, perusahaan juga menggunakan dana dari sumber daya lain yang berasal dari masyarakat (konsumen) sehingga hal yang wajar jika masyarakat mempunyai harapan tertentu terhadap perusahaan.

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.

Tanggung jawab perusahaan tidak hanya terbatas pada kinerja keuangan perusahaan, tetapi juga harus bertanggung jawab terhadap masalah sosial yang ditimbulkan oleh aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan. Adapun Kholis dan Maksun (2003) mendeskripsikan tanggung jawab sosial sebagai kewajiban organisasi yang tidak hanya menyediakan barang dan jasa yang baik bagi masyarakat, tetapi juga mempertahankan kualitas lingkungan sosial maupun fisik, dan juga memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan komunitas dimana mereka berada. Selain itu Weston dan Brigham (1990) menyatakan bahwa perusahaan harus berperan aktif dalam menunjang kesejahteraan masyarakat luas.

Dari 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.

2.2.4 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Menurut Hackston dan Milne (1996) dalam Sembiring (2005) , tanggung jawab sosial perusahaan sering disebut juga sebagai corporate social responsibility atau social disclosure, corporate social reporting, social reporting merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Hal tersebut memperluas tanggung jawab organisasi dalam hal ini perusahaan, di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham. Perluasan tersebut dibuat dengan asumsi bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham (Hasibuan, 2001). Menurut Gray et.al (Strugling With the Praxis of Sosial Accountng:Stakeholders,Accountability, Audits and Procudures, 1998) ada dua pendekatan yang secara signifikan berbeda dalam melakukan penelitian tentang

pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pertama, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mungkin diperlakukan sebagai suatu suplemen dari aktivitas akuntansi konvensional. Pendekatan ini secara umum akan menganggap masyarakat keuangan sebagai pemakai utama pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan cenderung membatasi persepsi tentang tanggung jawab sosial yang dilaporkan. Pendekatan alternatif kedua dengan meletakkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada suatu pengujian peran informasi dalam hubungan masyarakat dan organisasi. Pandangan yang lebih luas ini telah menjadi sumber utama kemajuan dalam pemahaman tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan sekaligus merupakan sumber kritik yang utama terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Banyak teori yang menjelaskan mengapa perusahaan cenderung mengungkapkan informasi yang berkaitan dengan aktivitasnya dan dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan tersebut.

Pada saat perusahaan mulai berinteraksi dan dekat dengan lingkungan luarnya (masyarakat), maka berkembang hubungan saling ketergantungan dan kesamaan minat serta tujuan antara perusahaan dengan lembaga sosial yang ada. Interaksi ini menyebabkan perusahaan tidak bisa lagi membuat keputusan atau kebijakan yang hanya menguntungkan pihaknya saja. Tetapi perusahaan juga harus memikirkan kebutuhan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan (*stakeholder needs*). Aktivitas sosial perusahaan merupakan salah satu komponen yang digunakan dalam laporan tahunan. Belum adanya standar baku yang mengatur tentang pelaporan aktivitas sosial perusahaan menyebabkan

adanya keanekaragaman bentuk pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Setiap perusahaan mempunyai kebijakan yang berbeda-beda mengenai pengungkapan sosial sesuai dengan karakteristik perusahaan. Hal ini menimbulkan masalah dalam pengukuran pengungkapan sosial. Oleh sebab itu, pengukuran pengungkapan sosial dilakukan dengan menggunakan instrumen penelitian berupa daftar item pengungkapan sosial berdasarkan GRI atau *Global Reporting Index*. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi pertanggungjawaban sosial, seperti *size* perusahaan, *profitabilitas*, *leverage*, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusi serta komite audit. Mengingat banyaknya faktor yang mempengaruhi pertanggungjawaban sosial, maka penelitian ini akan melihat apakah *size* perusahaan, *profitabilitas*, *leverage*, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusi dan komite audit perusahaan akan berpengaruh atau tidak terhadap pertanggungjawaban sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

2.2.5 Global Reporting Index (GRI)

Global Reporting Index (GRI) adalah sebuah pedoman atau standar pengukuran pengungkapan CSR oleh perusahaan. Standar GRI ini meliputi 6 aspek, yaitu : Aspek Ekonomi, Aspek Lingkungan, Aspek Tenaga Kerja dan kepatuhan kerja, Aspek masyarakat, dan aspek tanggung jawab produk.

Masing-masing standar pengungkapan tersebut memiliki beberapa aspek yang harus diungkapkan dalam laporan CSR perusahaan. Aspek dari masing-masing standar dijabarkan dalam lampiran 1.

Karakteristik perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial.

Karakteristik perusahaan yang mempengaruhi pengungkapan sosial diproksikan kedalam profitabilitas, tingkat leverage, ukuran perusahaan, kepemilikan saham publik (manajerial) , kepemilikan institusional dan komite audit

2.2.6 *Size*

Size perusahaan merupakan variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan yang dibuat. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Hal ini karena perusahaan besar akan menghadapi resiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil. Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial. Pengungkapan sosial yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis bagi perusahaan (Hasibuan, 2001). Dengan mengungkapkan kepedulian pada lingkungan melalui pelaporan keuangan, maka perusahaan dalam jangka waktu panjang bisa terhindar dari biaya yang sangat besar akibat dari tuntutan masyarakat.

2.2.7 *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 (Sembiring, 2005).

2.2.8 *Leverage*

Menurut Makmun (2002, p. 81) rasio *Leverage* adalah perbandingan antara dana-dana yang dipakai untuk membelanjai/membiayai perusahaan atau perbandingan antara dana yang diperoleh dari ekstern perusahaan (dari kreditur-kreditur) dengan dana yang disediakan pemilik perusahaan. Rasio tersebut digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Oleh karena itu perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan ungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah.

2.2.9 **Kepemilikan manajerial**

Semakin besar kepemilikan manajer di dalam perusahaan maka semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan. Manajer perusahaan akan mengungkapkan informasi sosial dalam rangka untuk meningkatkan Image perusahaan, meskipun ia harus mengorbankan sumber daya untuk aktivitas tersebut (Gray, Colin, Dave, Richard, & Simon, 1998).

Kepemilikan manajerial adalah kondisi yang menunjukkan bahwa manajer memilikisaham dalam perusahaan atau manajer tersebut sekaligus sebagai pemegang saham perusahaan (Rustiarini, 2011). Pihak tersebut adalah mereka yang duduk di dewan komisaris dan dewan direksi perusahaan. Keberadaan manajemen perusahaan mempunyai latar belakang yang berbeda,

antara lain: pertama, mereka mewakili pemegang saham institusi, kedua, mereka adalah tenaga-tenaga profesional yang diangkat oleh pemegang saham dalam Rapat Umum Pemegang Saham. Ketiga, mereka duduk di jajaran manajemen perusahaan karena turut memiliki saham

2.2.10 Kepemilikan Institusional

Husnan (2001) menyatakan bahwa ada dua jenis ownership dalam perusahaan Indonesia yaitu perusahaan dengan kepemilikan sangat menyebar dan perusahaan dengan kepemilikan terkonsentrasi. Dalam tipe perusahaan dengan kepemilikan sangat menyebar, masalah keagenan yang sering timbul adalah antara pihak manajemen (*agent*) dengan pemegang saham (*shareholders*). Perusahaan yang kepemilikannya lebih menyebar memberikan imbalan yang lebih besar kepada pihak manajemen dibandingkan dengan perusahaan yang kepemilikannya terkonsentrasi. Jenis kepemilikan perusahaan yang kedua adalah perusahaan dengan kepemilikan terkonsentrasi atau kepemilikan institusional. Dalam tipe perusahaan seperti ini, timbul dua kelompok pemegang saham yaitu controlling dan minority shareholders Asian Development Bank (2000) dikutip dalam Husnan (2001). Pemegang saham pengendali atau pemegang saham mayoritas (*controlling shareholders*) dapat bertindak sama dengan kepentingan pemegang saham atau bertentangan dengan kepentingan pemegang saham.

2.2.11 Komite Audit

Sesuai dengan Kep. 29/PM/2004, komite audit adalah komite yang dibentuk oleh dewan komisaris untuk melakukan tugas pengawasan pengelolaan perusahaan. Keberadaan komite audit sangat penting bagi pengelolaan

perusahaan. Selain itu komite audit dianggap sebagai penghubung antara pemegang saham dan dewan komisaris dengan pihak manajemen dalam menangani masalah pengendalian (Sriwedari, 2012). Komite audit adalah sekelompok orang yang dipilih oleh kelompok yang lebih besar, untuk mengerjakan pekerjaan tertentu untuk melakukan tugas-tugas khusus. Di dalam perusahaan, komite ini sangat berguna untuk menangani masalah-masalah yang membutuhkan integrasi dan koordinasi sehingga dimungkinkan permasalahan-permasalahan yang signifikan atau penting dapat segera teratasi (Kusumaning, 2004).

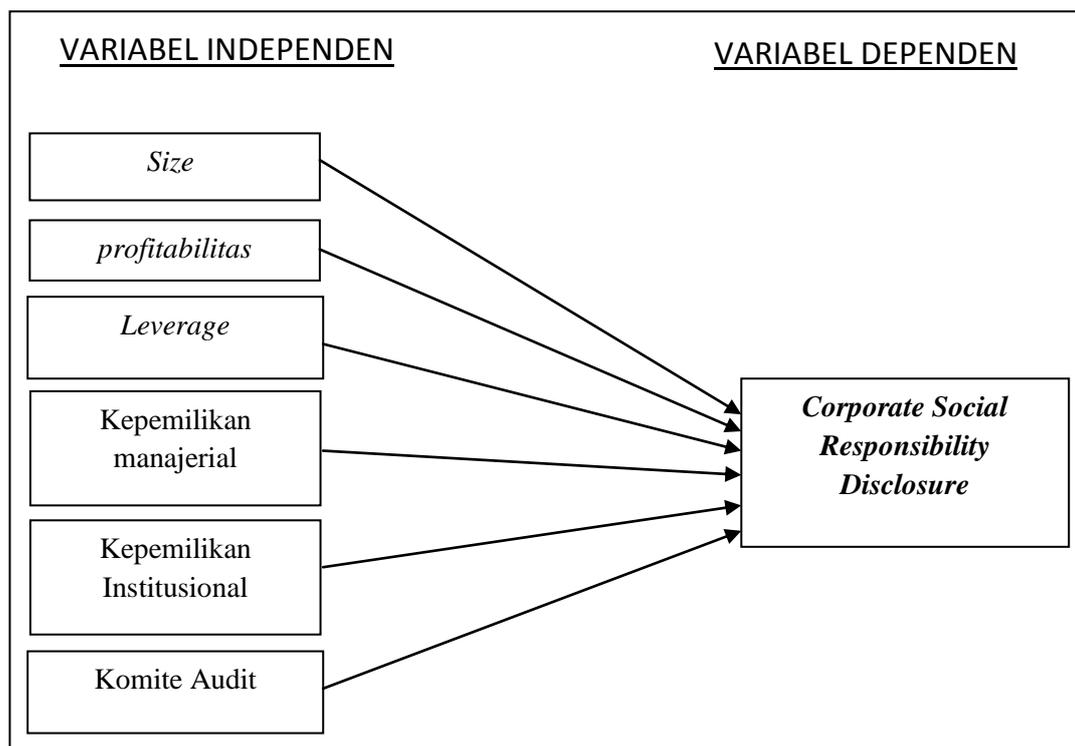
Komite audit bukan bersifat wajib (*mandatory*) dan tidak selalu ada pada perusahaan kecil. Tanggung jawab komite audit meliputi: mengawasi laporan keuangan, mengawasi audit eksternal, dan mengamati sistem pengendalian internal (termasuk audit internal). Dari ketiga tanggung jawab tersebut, pengawasan pada laporan keuangan dan pengawasan pada audit eksternal adalah yang berkaitan dengan aktivitas manajemen laba. Pengawasan pada laporan keuangan meliputi laporan keuangan dan kebijakan akuntansi. (Antonia, 2008).

2.3. Kerangka Pemikiran

Pada beberapa tahun belakangan ini berkembang pesat suatu konsep dalam aktivitas perusahaan. Konsep tersebut merupakan suatu tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan sosial yang sering disebut dengan CSR. Munculnya konsep tersebut didorong adanya tuntutan dari *stakeholder* untuk meningkatkan kesadaran perusahaan agar lebih memperhatikan kelestarian

lingkungan sosial melihat semakin parahnya kondisi bumi akibat pemanasan global. Hal itu menyebabkan semakin banyak perusahaan yang melakukan kegiatan sosial dan pelestarian lingkungan sebagai wujud kepedulian perusahaan terhadap keseimbangan alam.

Kegiatan-kegiatan tersebut akhirnya menjadi agenda rutin bagi aktivitas perusahaan. Untuk itu perlu diadakan pelaporan mengenai aktivitas sosial perusahaan (CSR) tersebut, salah satunya di dalam laporan tahunan perusahaan. Sebagaimana diungkapkan dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 1 (revisi 2007) paragraph 9 yang menyarankan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial. Banyak faktor yang mempengaruhi perusahaan untuk mengungkapkan CSR kedalam laporan tahunan perusahaan. Berdasarkan tinjauan pustaka serta beberapa penelitian terdahulu maka, Penelitian ini dilakukan untuk memberi gambaran tentang praktek pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilaksanakan oleh perusahaan di Indonesia dan mengetahui pengaruh struktur karakteristik perusahaan (*size* perusahaan, *profitabilitas*, *leverage* dan kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan komite audit) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.



Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran

2.4. Hipotesis Penelitian

2.4.1. Pengaruh Ukuran/Size perusahaan (*Corporate size*) terhadap pengungkapan CSR

Menurut Belkaoui (1989) dalam Hackston dan Milne (1996) suatu penelitian empiris telah banyak menyediakan bukti mengenai hubungan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan sosial perusahaan dimana Perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut Cowen et al. (1987) dalam Sembiring (2005), secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan, dan perusahaan yang lebih besar

dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan semakin luas. Dari sisi tenaga kerja, dengan semakin banyaknya jumlah tenaga kerja dalam suatu perusahaan, maka tekanan pada pihak manajemen untuk memperhatikan kepentingan tenaga kerja akan semakin besar. Program berkaitan dengan tenaga kerja yang merupakan bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan, akan semakin banyak dilakukan oleh perusahaan. Hal ini berarti program tanggung jawab sosial perusahaan juga semakin banyak dan akan diungkapkan dalam laporan tahunan. Oleh karena itu perusahaan yang lebih besar lebih dituntut untuk memperlihatkan atau mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Novrianto (2012) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan atau size memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan informasi sosial. Arah positif mengandung arti bahwa semakin besar suatu perusahaan maka cenderung melakukan pengungkapan informasi sosial yang lebih luas. Penelitian ini, menggunakan total aktiva (*total asset*) yang dimiliki perusahaan sebagai proksi dari ukuran perusahaan sebagai variabel independen. Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Ukuran/Size perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

2.4.2. Pengaruh *Profitabilitas* terhadap pengungkapan CSR

Menurut Heinze (1976) dalam Hackston dan Milne (1996) Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan tersebut. Sebaliknya ketika tingkat profitabilitas rendah perusahaan akan berharap pengguna laporan akan membaca informasi positif dari kinerja perusahaan. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Marwata (2001) menyimpulkan bahwa secara parsial *Profitabilitas* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan Rosmasita (2007) menemukan tidak adanya hubungan yang signifikan antara tingkat profitabilitas dengan pengungkapan tanggung jawab sosial. Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H2 : Tingkat profitabilitas perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

2.4.3. Pengaruh *Leverage* terhadap pengungkapan CSR

Menurut Belkaoui dan Karpik (1989) dalam Sembiring (2005) keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan. Sesuai dengan teori agensi maka manajemen perusahaan dengan tingkat leverage yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak

menjadi sorotan dari para *debtholders*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Lidya (2011) menunjukkan bahwa leverage berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR, sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Robert, R.W (1992) menemukan hubungan yang positif dari kedua variabel tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis kedua yang akan diuji dalam penelitian ini yaitu :

H3 : *leverage* perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

2.4.4. Pengaruh Kepemilikan Saham Publik (Manajerial) terhadap pengungkapan CSR

Perusahaan *Go Public* dan telah terdaftar dalam BEI adalah perusahaan-perusahaan yang memiliki proporsi kepemilikan saham oleh publik, yang artinya bahwa semua aktivitas dan keadaan perusahaan harus dilaporkan dan diketahui oleh publik sebagai salah satu bagian pemegang saham. Akan tetapi tingkat kepemilikan sahamnya berbeda-beda satu sama lain.

Kepemilikan manajerial adalah kondisi yang menunjukkan bahwa manajer memiliki saham dalam perusahaan atau manajer tersebut sekaligus sebagai pemegang saham perusahaan (Rustiarini, 2011). Pihak tersebut adalah mereka yang duduk di dewan komisaris dan dewan direksi perusahaan. Keberadaan manajemen perusahaan mempunyai latar belakang yang berbeda, antara lain: pertama, mereka mewakili pemegang saham institusi, kedua, mereka adalah tenaga- tenaga professional yang diangkat oleh pemegang saham dalam Rapat Umum Pemegang Saham. Ketiga, mereka duduk di jajaran manajemen

perusahaan karena turut memiliki saham. Berdasarkan teori keagenan, “hubungan antara manajemen dengan pemegang saham, rawan untuk terjadinya masalah keagenan. Teori keagenan menyatakan bahwa salah satu mekanisme untuk memperkecil adanya konflik agensi dalam perusahaan adalah dengan memkasimalkan jumlah kepemilikan manajerial. Dengan menambah jumlah kepemilikan manajerial, maka manajemen akan merasakan dampak langsung atas setiap keputusan yang mereka ambil karena mereka menjadi pemilik perusahaan (Jensen & Meckling, 1976). Peningkatan atas kepemilikan manajerial akan membuat kekayaan manajemen, secara pribadi, semakin terikat dengan kekayaan perusahaan sehingga manajemen akan berusaha mengurangi resiko kehilangan kekayaannya. Kepemilikan manajerial yang tinggi berakibat pada rendahnya dividen yang dibayarkan kepada *shareholder*. Hal ini disebabkan karena pembiayaan yang dilakukan oleh manajemen terhadap nilai investasi di masa yang akan datang bersumber dari biaya internal.

Penelitian oleh Hasibuan (2001) menjelaskan bahwa semakin tinggi rasio tingkat kepemilikan publik dalam perusahaan diprediksi akan melakukan tingkat pengungkapan yang lebih luas. Oleh karena itu, sejalan dengan pendapat oleh Hasibuan maka hipotesis berikut dikemukakan :

H4 :Kepemilikan saham publik berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

2.4.5. Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap pengungkapan CSR

Anggraini (2006) menyatakan bahwa tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*) memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya. Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham perusahaan oleh institusi keuangan, seperti perusahaan asuransi, bank, dana pensiun, dan *asset management* Koh (2003) dalam (Veronica, Bachtiar, & Yanivi, 2005).

Penjelasan di atas, memberikan pemahaman bahwa dengan tingkat kepemilikan institusional yang semakin tinggi akan meningkatkan tingkat pengawasan terhadap manajemen. Pengungkapan CSR adalah salah satu aktivitas perusahaan yang dimonitor oleh pemilik saham institusi. Sehingga hipotesis penelitian yang dikemukakan adalah sebagai berikut;

H5:Kepemilikan Institusional berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

2.4.6. Pengaruh Komite Audit terhadap pengungkapan CSR

Dalam hal pelaporan keuangan, peran dan tanggung jawab komite audit adalah memonitor dan mengawasi audit laporan keuangan dan memastikan agar standar dan kebijaksanaan keuangan yang berlaku terpenuhi, memeriksa ulang laporan keuangan apakah sudah sesuai dengan standar dan kebijaksanaan tersebut dan apakah sudah konsisten dengan informasi lain yang diketahui oleh

anggota komite audit, serta menilai mutu pelayanan dan kewajaran biaya yang diajukan auditor eksternal (KNKCG, 2002).

H5: Komite Audit berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

