

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian telah melakukan uji pengaruh struktur kepemilikan dan profitabilitas, terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*(CSR). Berikut tabel rangkuman beberapa penelitian terdahulu yang menjada acuan dan refrensi bagi penulis dalam melakukan penelitian ini :

1. Sukmawati(2013)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh karakteristik perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility disclosure*. Variabel independen dalam penelitian ini size, profitabilitas, leverage, kepemilikan manajemen, dan ukuran dewan komisaris. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility disclosure*. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang diambil melalui metode *purposive sampling*, Sedangkan sampel penelitian pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur periode 2009-2011. Untuk melihat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen digunakan metode analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa (1) size berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*; (2) profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*; (3) leverage tidak berpengaruh terhadap *corporate*

social responsibility disclosure; (4) kepemilikan manajemen berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*; dan (5) ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*.

Persamaan :

- a. Profitabilitas sebagai variabel independen
- b. Pengungkapan tanggung jawab sebagai variabel dependen
- c. Menggunakan teknik analisis regresi berganda
- d. Menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*
- e. Menggunakan objek penelitian yang sama, yaitu pada perusahaan manufaktur

Perbedaan :

- a. pada penelitian saat ini tidak menggunakan karakteristik perusahaan sebagai Salah Satu variabel independen, sementara Pada penelitan terdahulu menggunakan karakteristik perusahaan Sebagai Salah Satu variabel independen.
- b. Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2012-2015. Sementara penelitian terdahulu 2009-2011

2. Sofia Prima Dewi dan Keni (2012)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh umur perusahaan, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan leverage terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2009-2011. Pemilihan sampel menggunakan *purposive*

sampling. Analisis data dengan regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian diketahui (1) Umur perusahaan mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan, (2) Profitabilitas (*net profit margin*) mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. (3) Ukuran perusahaan mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. (4) *Leverage (debt to equity ratio)* mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Persamaan :

- a. Profitabilitas sebagai variabel independen
- b. Menggunakan teknik analisis regresi berganda
- c. Menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*
- d. Menggunakan objek penelitian yang sama, yaitu pada perusahaan manufaktur

Perbedaan :

- a. Penelitian saat ini tidak menggunakan umur perusahaan, ukuran perusahaan dan leverage sebagai salah satu variabel independen, sementara penelitian terdahulu menggunakan umur perusahaan, ukuran perusahaan dan leverage sebagai salah satu variabel independen.
- b. Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2012-2015. Sementara penelitian terdahulu tahun 2009-2011

3. Ricky Ivan Anggono. (2009)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas, kepemilikan institusional, dan kepemilikan asing terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan pertambangan di bursa efek Indonesia. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2005-2007. Pemilihan sampel menggunakan *purposive sampling*. Analisis data dengan regresi berganda. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa (1) profitabilitas terbukti memiliki pengaruh signifikan positif terhadap biaya ekuitas dan biaya utang perusahaan. (2) Kepemilikan institusional terbukti tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap biaya ekuitas perusahaan. (3) Kepemilikan asing memiliki pengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pertambangan yang *go public*.

Persamaan :

- a. Kepemilikan asing dan profitabilitas sebagai variabel independen
- b. Menggunakan teknik analisis regresi berganda
- c. Menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*
- d. Pengungkapan tanggung jawab sebagai variabel dependen

Perbedaan :

- a. Penelitian saat ini tidak menggunakan struktur kepemilikan institusional sebagai variabel independen, sementara Penelitian terdahulu menggunakan kepemilikan institusional sebagai Salah Satu variabel independen.
- b. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2012-2015, sementara penelitian terdahulu adalah perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2005-2007.

4. Ni Wayan Rustiarini (2008)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh struktur kepemilikan saham pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2005-2008. Pemilihan sampel menggunakan *purposive sampling*. Analisis data dengan regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa struktur kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility*, tetapi kepemilikan asing berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility*.

Persamaan :

- a. Kepemilikan asing Sebagai variabel independen
- b. *Corporate Sosial Responsibility* Sebagai variabel dependen
- c. Menggunakan teknik analisis regresi berganda

- d. Menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*
- e. Menggunakan objek penelitian yang sama, yaitu pada perusahaan manufaktur

Perbedaan :

- a. Penelitian saat ini tidak menggunakan kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional sebagai salah satu variabel independen, sementara penelitian terdahulu menggunakan kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional sebagai salah satu variabel independen.
- b. Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2012-2015, Sementara penelitian terdahulu 2005-2007

2.2 Landasan Teori

Dalam sub bab ini akan diuraikan teori-teori yang mendasari penelitian ini yaitu teori legitimasi dan teori agensi, penjelasan tanggung jawab sosial perusahaan, penjelasan struktur kepemilikan, profitabilitas, definisi masing-masing variable penelitian, yaitu kepemilikan keluarga, kepemilikan asing, dan profitabilitas sehingga penulisan dapat dengan mudah menentukan kerangka pemikiran hipotesis penelitian.

2.2.1 Teori Legitimasi

Legitimasi menjelaskan bahwa perusahaan secara berlanjut memastikan bahwa mereka telah beroperasi dan bekerja didalam norma dan aturan yang berlaku dimasyarakat (Deegan, 2004). Di dalam teori legitimasi dijelaskan bahwa ada kontrak sosial antara perusahaan dan masyarakat, kontrak sosial secara sederhana di

definisikan sebagai harapan masyarakat terhadap bagaimana sebuah bisnis itu beroperasi (Deegan, 2004). Jika terjadi ketidak selarasan antara sistem nilai perusahaan dengan sistem nilai masyarakat, maka perusahaan akan kehilangan legitimasinya, yang selanjutnya akan mengancam kelangsungan hidup perusahaan (Lindholm, 1994, dalam Haniffah et al, 2005, dalam Desie Rakhmawati, 2011) Sedangkan menurut Campbell et al (2003) dalam Desie Rakhmawati (2011) menyatakan bahwa teori legitimasi adalah teori yang paling banyak digunakan untuk menjelaskan pelaporan dan pengungkapan informasi sosial dan lingkungan.

Gray et. al (1995) menyatakan bahwa perusahaan yang melaporkan kinerjanya berpengaruh terhadap nilai sosial dimana perusahaan tersebut beroperasi. Hal ini disebabkan karena legitimasi dipengaruhi oleh kultur, interpretasi masyarakat yang berbeda, sistem politik dan ideologi pemerintah karena praktik- praktik tanggung jawab sosial dan pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dapat dipandang sebagai suatu usaha untuk memenuhi harapan- harapan masyarakat

Hubungan antara *Corporate Social Responsibility* CSR dengan teori legitimasi adalah pengungkapan pertanggungjawaban sosial suatu perusahaan kinerjanya berpengaruh terhadap nilai sosial dimana perusahaan tersebut beroperasi. Hal ini disebabkan karena legitimasi dipengaruhi oleh kultur, interpretasi masyarakat yang berbeda, sistem politik dan ideologi pemerintah karena praktik- praktik tanggung jawab sosial dan pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dapat dipandang sebagai suatu usaha untuk memenuhi harapan- harapan masyarakat.

2.2.2 Teori Agensi

Teori keagenan (*Agency Theory*) dikemukakan oleh Jensen & Meckling (1976) yang menyatakan bahwa terdapat pemisahan fungsi antara pemilik organisasi dengan pengelola organisasi.

Menurut Desie Rakhmawati (2011) pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan berhubungan dengan teori *agency* karena pengungkapan CSR berhubungan dengan perilaku manajer, serta pengungkapan tanggungjawaban sosial perusahaan melibatkan kepentingan pemilik dan agen yang dapat menimbulkan *opportunistic* manajer. Dalam hal ini *opportunistic* artinya mempunyai sifat yang mengutamakan kepentingan pribadi.

Cowen *et al.* (1987) dalam Untari (2010: 5) perusahaan yang lebih besar melakukan aktivitas yang lebih banyak sehingga menyebabkan dampak yang lebih besar terhadap lingkungan. Perusahaan yang lebih besar mungkin akan memiliki pemegang saham yang mempunyai kepentingan dengan program sosial yang dibuat oleh perusahaan dalam laporan tahunan. Laporan tahunan merupakan alat yang efisien untuk mengkomunikasikan informasi tentang tanggungjawab sosial perusahaan. Semakin besar suatu perusahaan maka semakin luas pengungkapan tanggungjawab sosial yang dibuat perusahaan.

Hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan teori agensi adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berhubungan dengan perilaku manajer,

serta pengungkapan tanggungjawaban sosial perusahaan melibatkan kepentingan pemilik dan agen yang dapat menimbulkan *opportunistic* manajer. Dalam hal ini *opportunistic* artinya mempunyai sifat yang mengutamakan kepentingan pribadi serta semakin besar suatu perusahaan maka semakin luas pengungkapan tanggungjawab sosial yang dibuat perusahaan.

2.2.3 Pengertian Corporate Social Responsibility

Menurut Untung (2008, hal.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, hal. 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 dengan 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 timbul tanggung jawab sosial yang harus dijalankan oleh perusahaan. 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 (Wineberg 2004:72).

Tujuan dari adanya *Corporate Social Responsibility* yaitu sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan karena dampak-dampak lingkungan yang ditimbulkannya. Kondisi dunia yang tidak menentu seperti terjadinya *global warming*, kemiskinan yang semakin meningkat serta memburuknya kesehatan masyarakat memicu perusahaan untuk melakukan tanggung jawabnya. *Corporate Social Responsibility* bagian yang penting dalam strategi perusahaan dalam berbagai sektor dimana terjadi ketidakkonsistenan antara keuntungan perusahaan dan tujuan sosial, atau perselisihan yang dapat terjadi karena isu-isu tentang kewajaran yang berlebihan (Heal, 2004).

Corporate Social Responsibility merupakan suatu bentuk kepedulian sosial sebuah perusahaan untuk melayani kepentingan organisasi maupun kepentingan publik eksternal. *Corporate Social Responsibility* juga dapat diartikan sebagai komitmen perusahaan untuk mempertanggungjawabkan dampak operasi dalam dimensi sosial, ekonomi serta lingkungan. Dengan atau tanpa aturan hukum, sebuah perusahaan harus menjunjung tinggi moralitas. Parameter keberhasilan suatu perusahaan dalam sudut pandang *Corporate Social Responsibility* adalah

pedeepankan prinsip moral dan etis yakni menggapai suatu hasil terbaik tanpa merugikan kelompok masyarakat lainnya. Salah satu prinsip moral yang sering digunakan adalah *golden-rules*, yang mengajarkan agar seseorang atau suatu pihak memperlakukan orang lain sama seperti apa yang mereka ingin diperlakukan (Suranta, 2008). Dengan begitu, perusahaan yang bekerja dengan mengedepankan prinsip moral dan etis akan memberikan manfaat terbesar bagi masyarakat.

Cara pengukuran indikator pelaporan *Corporate Social Responsibility* dengan melakukan pengungkapan *Global Reporting Initiative* (GRI) dengan caramenentukan aspek-aspek yang ada pada perusahaan *Global Reporting Initiative* (GRI), dandalam konten analisis terkandung tema tentang pengungkapan pertanggungjawaban sosial yang terdiri dari:

1. Ekonomi

Tema ini berisi sembilan item yang mencakup laba perusahaan yang dibagikan untuk bonus pemegang saham, kompensasi karyawan, pemerintah, membiayai kegiatan akibat perubahan iklim serta aktivitas terkait ekonomi lainnya.

2. Lingkungan Hidup

Tema ini berisi tiga puluh item yang meliputi aspek lingkungan dari proses produksi, yang meliputi pengendalian polusi dalam menjalankan operasi bisnis, pencegahan dan perbaikan kerusakan lingkungan akibat pemrosesan sumber daya alam dan konversi sumber daya alam.

3. Ketenagakerjaan

Tema ini berisi empat belas item yang meliputi dampak aktivitas perusahaan pada orang-orang dalam perusahaan tersebut. Aktivitas tersebut meliputi : rekrutmen, program pelatihan, gaji dan tuntutan, mutasi dan promosi dan lainnya.

4. Hak Asasi Manusia

Tema ini berisi sembilan item yang mencakup berapa besar jumlah investasi yang melibatkan perjanjian terkait hak asasi manusia, pemasok dan kontraktor yang menjunjung hak asasi, kejadian yang melibatkan kecelakaan atau kriminal terhadap karyawan di bawah umur, dan aktivitas lainnya.

5. Kemasyarakatan

Tema ini berisi delapan item yang mencakup aktivitas kemasyarakatan yang diikuti oleh perusahaan, misalnya aktivitas yang terkait dengan kesehatan, pendidikan dan seni serta pengungkapan aktivitas kemasyarakatan lainnya.

6. Tanggung jawab atas Produk

Tema ini berisi sembilan item yang melibatkan aspek kualitatif suatu produk atau jasa, antara lain kegunaan durability, pelayanan, kepuasan pelanggan, kejujuran dalam iklan, kejelasan/kelengkapan isi pada kemasan, dan lainnya.

Adanya ketidakseragaman dalam penerapan *Corporate Social Responsibility* diberbagai negara menimbulkan adanya kecenderungan yang berbeda dalam proses pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* itu sendiri di masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan suatu pedoman umum dalam penerapan *Corporate Social Responsibility* di mancanegara. Dengan disusunnya ISO 26000 sebagai panduan

(*guideline*) atau dijadikan rujukan utama dalam pembuatan pedoman SR yang berlaku umum, sekaligus menjawab tantangan kebutuhan masyarakat global termasuk Indonesia.

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan mencakup kepatuhan perusahaan kepada perlindungan buruh, perlindungan lingkungan hidup, perlindungan konsumen, dan perlindungan hak azasi manusia secara keseluruhan (Suharto, 2008). Menurut Untung (2009) ada tiga konsep tanggung jawab sosial yang paling berkembang dalam ruang lingkup pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pertama, tanggung jawab sosial perusahaan antara lain selalu dikaitkan dengan kepentingan pemegang saham versus pemangku kepentingan (*stakeholder*) dalam kaitannya dengan perlindungan tenaga kerja. Kedua, *codes* seringkali tidak berisi substansi yang nyata dan gagal menempatkan unsur-unsur yang vital untuk implementasi dan penegakkannya. Ketiga, tanggung jawab sosial perusahaan selalu dikaitkan dengan perlindungan lingkungan hidup. Tanggung jawab sosial perusahaan diartikan sebagai seperangkat kebijakan yang komprehensif, praktek dan program yang terintegrasi dalam kegiatan bisnis, jaringan pemasok dan proses pengambilan keputusan diseluruh perusahaan dimanapun perusahaan itu menjalankan kegiatannya, dan termasuk tanggung jawab terhadap tindakan-tindakan yang diambil pada masa lalu dan sekarang, dan implikasinya di masa depan.

Salah satu yang membuat masyarakat khawatir adalah pencemaran lingkungan yang dihasilkan perusahaan. Karena berbagai tekanan dari *stakeholder* termasuk dari pemerintah, perusahaan-perusahaan multinasional menyadari bahwa

komitmen kepada tanggung jawab lingkungan dan sosial telah berubah. Paradigma baru mengenai tanggung jawab sosial perusahaan terkait erat dengan tanggung jawab lingkungan.

Ada hal-hal yang diharapkan dari pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*, selain memberdayakan masyarakat, dari sisi perusahaan, jelas agar operasional berjalan lancar tanpa gangguan. Jika hubungan antara masyarakat dan perusahaan tidak harmonis, bisa dipastikan ada masalah. Pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* belum sepenuhnya diterima oleh masyarakat. Itu disebabkan oleh minimnya perhatian perusahaan terhadap pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*. Jika dikelompokkan, sedikitnya ada empat manfaat *Corporate Social Responsibility* terhadap perusahaan (Edi, 2008) :

1. *Brand differentiation*, Dalam persaingan pasar yang kian kompetitif, *Corporate Social Responsibility* bisa memberikan citra perusahaan yang khas, baik, dan etis di mata publik yang pada gilirannya menciptakan *customer loyalty*. *The Body Shop* dan BP (dengan bendera “*Beyond Petroleum*”-nya), sering dianggap sebagai memiliki image unik terkait isu lingkungan.
2. *Human resources*, Program *Corporate Social Responsibility* dapat membantu dalam perekrutan karyawan baru, terutama yang memiliki kualifikasi tinggi. Saat *interview*, calon karyawan yang memiliki pendidikan dan pengalaman tinggi sering bertanya tentang *Corporate*

Social Responsibility dan etika bisnis perusahaan, sebelum mereka memutuskan menerima tawaran. Bagi staf lama, *Corporate Social Responsibility* juga dapat meningkatkan persepsi, reputasi dan dedikasi dalam bekerja.

3. *License to operate*, Perusahaan yang menjalankan *Corporate Social Responsibility* dapat mendorong pemerintah dan publik memberi ijin atau restu bisnis. Karena dianggap telah memenuhi standar operasi dan kepedulian terhadap lingkungan dan masyarakat luas.

4. *Risk management*. Manajemen resiko merupakan isu sentral bagi setiap perusahaan. Reputasi perusahaan yang dibangun bertahun-tahun bisa runtuh dalam sekejap oleh skandal korupsi, kecelakaan karyawan, atau kerusakan lingkungan. Membangun budaya "*doing the right thing*" berguna bagi perusahaan dalam mengelola resiko-resiko bisnis.

Tujuan CSR adalah untuk pemberdayaan masyarakat, bukan memperdayai masyarakat. Pemberdayaan bertujuan mengkreasikan masyarakat mandiri. Pada prakteknya *Corporate Social Responsibility* hanya diukur dari seberapa besar uang yang dikeluarkan oleh perusahaan, tapi sebenarnya di sisi lain ada sesuatu yang tidak dapat dihitung dengan uang. Nilai *intangibile* tersebut adalah sejauh mana perusahaan tersebut aktif dan proaktif terhadap lingkungan. *Corporate responsibilities* ada dua. Pertama, yang sifatnya ke dalam atau internal hal ini menyangkut transparansi, sehingga ada yang namanya *Good Corporate Governance* dikalangan perusahaan publik diukur dengan keterbukaan informasi. Kedua, yang sifatnya ke luar atau

eksternal apabila perusahaan ingin melakukan sesuatu kepada masyarakat harus diketahui lebih dulu apa yang dibutuhkan masyarakat (Suranta, 2008). Menurut *Princes of Wales Foundation* (dalam Untung, 2008) adalah hal penting yang dapat mempengaruhi implementasi *Corporate Social Responsibility*, pertama, menyangkut *human capital* atau pemberdayaan manusia. Kedua, *environments* yang berbicara tentang lingkungan. Ketiga adalah *Good Corporate Governance*, Keempat *social cohesion*. Artinya dalam melaksanakan *Corporate Social Responsibility* jangan ada kecemburuan sosial. Kelima adalah *economic strength* atau memberdayakan lingkungan menuju kemandirian di bidang ekonomi.

Pengungkapan mengandung arti bahwa laporan keuangan harus memberikan informasi dan penjelasan yang cukup mengenai hasil aktivitas suatu unit usaha (Ghozali dan Chariri, 2007). Secara konseptual, pengungkapan merupakan bagian integral dari pelaporan keuangan. Secara teknis, pengungkapan merupakan langkah akhir dalam proses akuntansi yaitu penyajian informasi dalam bentuk seperangkat penuh laporan keuangan (Suwardjono, 2005).

Setiap pelaku ekonomi, selain berusaha untuk kepentingan pemegang saham dan konsentrasi pada pencapaian laba juga punya tanggung jawab sosial dan hal itu perlu diungkapkan dalam laporan tahunan, sebagaimana dinyatakan oleh Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 paragraph kesembilan. Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor- faktor lingkungan hidup memegang peranan

penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting.

2.2.4 Struktur Kepemilikan

Struktur kepemilikan (*ownership structure*) adalah struktur kepemilikan saham, yaitu perbandingan jumlah saham yang dimiliki oleh orang dalam (*insiders*) dengan jumlah saham yang dimiliki oleh investor. Atau dengan kata lain struktur kepemilikan saham adalah proporsi kepemilikan institusional, kepemilikan manajemen, kepemilikan keluarga dan kepemilikan asing dalam kepemilikan saham perusahaan. Dalam menjalankan kegiatannya, suatu perusahaan diwakili oleh direksi (*agents*) yang ditunjuk oleh pemegang saham (*principals*).

a. Kepemilikan Keluarga

Sebagaimana telah diatur dalam UU PT No.40 tahun 2007, setiap perusahaan menggunakan laporan tahunan sebagai media laporan pertanggungjawaban. Kepemilikan keluarga merupakan kepemilikan saham yang dimiliki oleh pihak keluarga dibagi dengan jumlah saham yang beredar. Kepemilikan saham di Negara berkembang sebagian besar dikontrol oleh kepemilikan keluarga, termasuk perusahaan di Indonesia (Arifin, 2003). Perusahaan seperti ini lebih efisien daripada perusahaan yang dimiliki publik karena biaya pengawasannya (*monitoring cost*) lebih kecil. Perusahaan yang dikendalikan keluarga memiliki masalah agensi yang lebih sedikit karena terdapat konflik yang lebih sedikit antara principal dan

agen, tetapi terdapat masalah agensi lain yaitu antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas.

Perusahaan dikatakan dimiliki oleh keluarga apabila pimpinan atau keluarga memiliki lebih dari 20% hak suara (Claessens, 2000 dan La Porta, 1999. Dalam Anderson dan Reeb, 2003). Hubungan antara kepemilikan keluarga dan pengungkapan tanggung jawab sosial adalah dikarenakan di Indonesia merupakan perusahaan yang sebagian besar didominasi oleh kepemilikan keluarga dan seperti yang sudah dijelaskan dalam UU PT No.40 tahun 2007, setiap perusahaan menggunakan laporan tahunan sebagai media laporan pertanggungjawaban, perusahaan manufaktur dengan struktur kepemimpinan keluarga juga diwajibkan untuk melaporkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang bertujuan agar dapat menarik investor untuk menginvestasikan danannya dalam perusahaan tersebut.

Cara mengukur indikator kepemilikan keluarga adalah dengan caramemperhatikan nama dewan direksi dalam kepemilikan saham, apabila nama yang tercantum dalam kepemilikan saham beberapa tahun didominasi dengan nama yang sama maka didalam perusahaan tersebut memiliki kepemilikan saham keluarga.

b. Kepemilikan Asing

Kepemilikan asing merupakan proporsi saham biasa perusahaan yang dimiliki oleh perorangan, badan hukum, pemerintah serta bagian-bagiannya yang berstatus luar negeri (Etha, 2010). Kepemilikan asing dalam perusahaan merupakan

pihak yang dianggap *concern* terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan (Djakman dan Machmud,2008).

Dilihat dari sudut pandang *stakeholder*, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan alat yang dipilih untuk memperlihatkan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan masyarakat. Menurut Angling (2010),apabila perusahaan memiliki kontrak dengan *foreign stakeholders* baik dalam *ownership* dan *trade*, maka perusahaan akan lebih didukung dalam melakukan pengungkapan CSR. Perusahaan yang sebagian besar sahamnya dimiliki oleh asing biasanya lebih sering menghadapi masalah asimetri informasi dikarenakan hambatan geografis dan bahasa.oleh sebab itu perusahaan dengan kepemilikan asing yang besar akan terdorong untuk melaporkan atau mengungkapkan informasinya secara sukarela dan luas. (Xiao et al., 2004)

Cara mengukur indikator kepemilikan asing adalah dengan caramemperhatikan namaperusahaan atau perseorangan dengan istilah asing, apabila nama perusahaan atau perseorangan dengan istilah asing yang tercantum didalam struktur kepemilikan saham ada, maka perusahaan tersebut memiliki kepemilikan saham asing.

Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Pengungkapan CSR

Dalam Foreign Ownership (2008), kepemilikan asing disebut sebagai *Foreign Ownership.. Foreign ownership refers to the complete or majority ownership/control of a business or resource in a country by individuals who are not citizens of that country, or by companies whose headquarters are not in*

thatcountry. Investor asing lebih awal dalam mengenal *Corporate Social Responsibility*, sehingga investor asing memasukkan kriteria sosial dalam setiap keputusan investasinya. Adanya kepemilikan keluarga yang mendominasi sebagian besar di Indonesia dengan demikian juga harus melaporkan pertanggung jawabannya. Hal ini yang mendorong pemerintah Indonesia untuk mewajibkan bagi semua perusahaan di Indonesia yang *gopublic* untuk melaksanakan *Corporate Social Responsibility*. Keseriusan pemerintah Indonesia, dapat dibuktikan dengan dikeluarkannya Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 Pasal 74 Tahun 2007, yang mewajibkan bagi seluruh perusahaan di Indonesia untuk melaksanakan CSR. Di samping itu, bukti lain dukungan pemerintah agar perusahaan melaksanakan *Corporate Social Responsibility* adalah dengan adanya pengurangan pajak (*Tax Deductible*) terhadap pendapatan kena pajak bagi perusahaan yang mengeluarkan biaya sosial untuk beasiswa, magang, dan pelatihan.

Biaya sosial dalam bentuk sumbangan, bantuan tidak dapat dikurangkan terhadap Pendapatan Kena Pajak (Gunadi, 2007). Kondisi *Corporate Social Responsibility* dan CSD di Indonesia sendiri masih dapat dibilang baru sehingga baru sedikit penerapannya di dalam Indonesia. Akan tetapi, dengan gencarnya investor asing yang menanamkan modalnya di Indonesia, khususnya pada perusahaan sektor pertambangan, mereka telah menunjukkan adanya perhatian terhadap lingkungan sosial seperti penghematan energi, peduli lingkungan, keterlibatan terhadap masyarakat dan kesejahteraan pegawai. Oleh karena itu, dimungkinkan dengan adanya kepemilikan asing dalam perusahaan, maka perusahaan tersebut dituntut

untuk melakukan *Corporate Social Responsibility*, karena pihak asing telah lebih dahulu mengenal dan memahami serta menerapkan *Corporate Social Responsibility*. Dengan adanya kriteria yang bersifat sosial dalam keputusan investasi mereka, maka dimungkinkan adanya tuntutan untuk melakukan CSD pada perusahaan yang memiliki investor asing.

2.2.5 Profitabilitas

Profitabilitas atau kemampuan memperoleh laba adalah suatu ukuran dalam persentase yang digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba pada tingkat yang dapat diterima. Angka **profitabilitas** dinyatakan antara lain dalam angka laba sebelum atau sesudah pajak, laba investasi, pendapatan persaham, dan laba penjualan. Nilai profitabilitas menjadi norma ukuran bagi kesehatan perusahaan.

Penilaian profitabilitas adalah proses untuk menentukan seberapa baik aktivitas-aktivitas bisnis dilaksanakan untuk mencapai tujuan strategis, mengeliminasi pemborosan-pemborosan dan menyajikan informasi tepat waktu untuk melaksanakan penyempurnaan secara berkesinambungan. Ada beberapa pengukuran kinerja terhadap profitabilitas perusahaan dimana masing-masing pengukuran dihubungkan dengan volume penjualan, total aktiva dan modal sendiri.

Secara keseluruhan ketiga pengukuran ini akan memungkinkan seorang analis untuk mengevaluasi tingkat earning dalam hubungannya dengan volume penjualan jumlah aktiva dan investasi tertentu dari pemilik perusahaan. Profitabilitas

keuangan perusahaan dideskripsikan dalam bentuk laporan laba-rugi yang merupakan bagian dari laporan keuangan korporasi yang dapat digunakan oleh semua pihak yang berkepentingan untuk membuat keputusan ekonomi. Berdasarkan *financial report* yang diterbitkan perusahaan, selanjutnya dapat digali informasi mengenai posisi keuangan perusahaan, struktur permodalan, aliran kas, kinerja keuangan dan informasi lain yang mempunyai relevansi dengan laporan keuangan perusahaan.

Profitabilitas keuangan perusahaan sudah tentu merupakan kinerja perusahaan yang ditinjau dari kondisi keuangan perusahaan. Profitabilitas keuangan perusahaan tercermin dari laporan keuangannya oleh sebab itu untuk mengukur profitabilitas keuangan perusahaan diperlukan analisis terhadap laporan keuangannya. Menurut pendapat Shapiro (1991) yang menunjukkan bahwa profitabilitas sangat cocok untuk mengukur efektivitas manajemen dan pengevaluasian kinerja manajemen dalam menjalankan bisnis dan produktivitasnya dalam mengelola aset-aset perusahaan secara keseluruhan seperti yang nampak pada pengembalian yang dihasilkan oleh penjualan dan investasi, serta untuk mengevaluasi kinerja ekonomi dari bisnis.

Secara umum profitabilitas merupakan pengukuran dari keseluruhan produktivitas dan kinerja perusahaan yang pada akhirnya akan menunjukkan efisiensi dan produktivitas perusahaan tersebut. Hasil pengukuran tersebut dapat dijadikan alat evaluasi kinerja manajemen selama ini, apakah mereka telah bekerja secara efektif atau tidak. Jika berhasil mencapai target yang telah ditentukan mereka dikatakan telah berhasil mencapai target untuk periode atau beberapa periode, sebaliknya jika gagal

atau tidak berhasil mencapai target yang telah ditentukan ini akan menjadi pelajaran bagi manajemen untuk periode ke depan. Kegagalan ini harus diselidiki dimana letak kesalahan dan kelemahannya sehingga kejadian tersebut tidak terulang. Kegagalan atau keberhasilan dapat dijadikan sebagai bahan acuan untuk perencanaan laba kedepan, sekaligus kemungkinan untuk menggantikan manajemen yang baru terutama setelah manajemen lama mengalami kegagalan.

Cara mengukur indikator profitabilitas adalah dengan cara mencari profit margin dalam laporan keuangan yang dapat dilihat dari laporan laba-rugi dengan keterangan laba bersih yang dihasilkan oleh perusahaan dibagi dengan penjualan.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR

Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial adalah bahwa 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 *good news* kinerja perusahaan, adapun hubungan antara profitabilitas dan pengungkapan tanggung jawab sosial lainnya yang menyatakan bahwa semakin besar tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan. Di samping itu pada penelitian terdahulu Sembiring (2003) menggunakan *gross profit margin* untuk mengukur rasio profitabilitas dan *Earning per-Share* (EPS) pada penelitian Sembiring (2005)

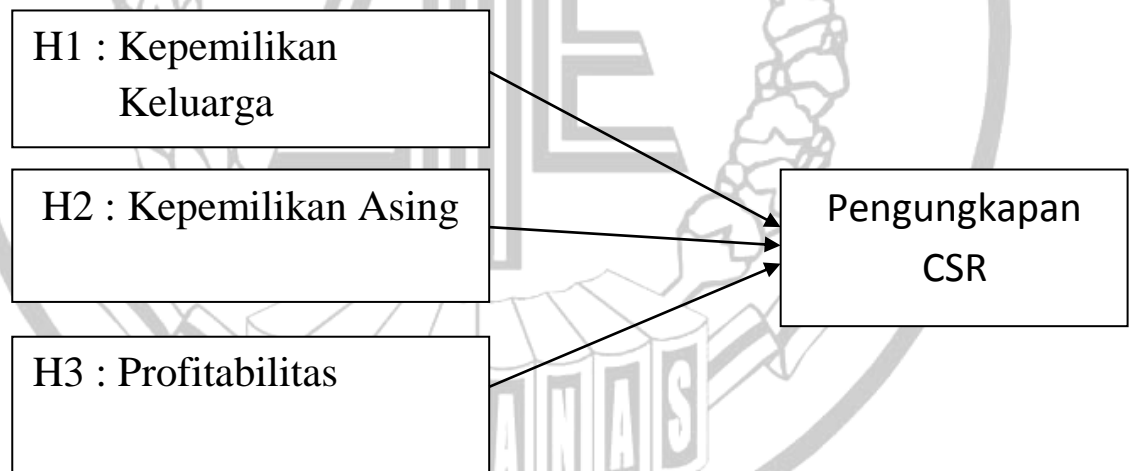
Profitabilitas dengan pengungkapan tanggung jawab sosial paling baik diekspresikan dengan pandangan bahwa tanggapan sosial yang diminta dari manajemen sama dengan kemampuan yang diminta untuk membuat suatu perusahaan memperoleh laba. Menurut Heinze, 1976.dalam Anggraini (2006: 10) profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggung jawaban sosial kepada pemegang saham.

Menurut Yuliana *et al.* (2008: 252)tingkat profitabilitas yang tinggi mendorong manajer untuk memberikan informasi yang lebih terperinci termasuk kebebasan dan keleluasaan untuk menunjukkan dan mempertanggungjawabkan seluruh program sosialnya. Hal ini disebabkan manajer ingin meyakinkan investor akan profitabilitas perusahaan. Menurut Darwis (2009: 55) sesuai teori legitimasi ketika perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi perusahaan menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Sebaliknya pada saat tingkat profitabilitas perusahaan rendah, perusahaan berharap pemakai laporan keuangan akan membaca *good news* kinerja perusahaan misalnya lingkup sosial perusahaan dan dengan demikian investor akan tetap berinvestasi di perusahaan.

2.3 Kerangka Pemikiran

Adanya struktur modal kepemilikan keluarga dan struktur modal kepemilikan asing yang mendominasi sebagian besar perusahaan di Indonesia dengan demikian diwajibkan harus melaporkan pertanggung jawabannya terhadap

lingkungan sekitar, Adapun hubungan antara profitabilitas dan pengungkapan tanggung jawab sosial lainnya yang menyatakan bahwa semakin besar tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan. Hal ini yang mendorong pemerintah Indonesia untuk mewajibkan bagi semua perusahaan di Indonesia yang *gopublic* untuk melakukan pengungkapan CSR. Keseriusan pemerintah Indonesia, dapat dibuktikan dengan dikeluarkannya Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 Pasal 74 Tahun 2007. Dengan demikian disimpulkan bahwa adanya pengaruh antara struktur kepemilikan keluarga, struktur kepemilikan asing dan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR



2.4 Hipotesis Penelitian

H1 : Terdapat pengaruh antara kepemilikan keluarga terhadap pengungkapan CSR

H2 : Terdapat pengaruh antara kepemilikan asing terhadap pengungkapan CSR

H3 : Terdapat pengaruh antara profitabilitas terhadap pengungkapan CSR

