

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini tidak terlepas dari penelitian-penelitian terdahulu. Di Indonesia penelitian dengan topik pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) secara garis besar memilih pengaruh faktor internal sebagai variabel independen seperti profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, kepemilikan saham publik dan lain sebagainya. Akan tetapi, ada beberapa penelitian terdahulu yang menggunakan topik pengungkapan CSR dan menggunakan faktor eksternal sebagai variabel independennya seperti regulasi pemerintah, tekanan masyarakat, tekanan organisasi lingkungan, dan tekanan media massa, penelitian itu adalah sebagai berikut :

1. **Lim Boon Keong, Suresh Ramakrishnan, dan Sanil S. Hishan (2018)**

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji praktik CSR dari perusahaan-perusahaan terkait pemerintahan yang terdaftar di Malaysia (GLCs) menggunakan analisis dimensi. Sampel pada penelitian ini terdiri dari 30 perusahaan yang terdaftar di bursa Malaysia. Penelitian ini menggunakan teknik analisis dimensi dengan membagi 4 dimensi kegiatan CSR antara lain komunitas, karyawan, lingkungan, dan pemerintahan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa GLC yang terdaftar di bursa Malaysia berkinerja lebih baik dalam dimensi masyarakat, karyawan dan lingkungan, sementara pada dimensi pemerintahan cenderung berkinerja buruk.

Terdapat persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yang terletak pada :

- a. Kesamaan variabel independen yang digunakan peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang yaitu pemerintahan, komunitas, dan lingkungan.

Terdapat perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yang terletak pada :

- a. Sampel yang digunakan dalam penelitian terdahulu adalah perusahaan yang terdaftar di bursa Malaysia, sedangkan pada penelitian sekarang menggunakan perusahaan PT Angkasa Pura.

2. **Delvi Safira Salawati, Rispantyo, dan Bambang Widarno (2017)**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh regulasi pemerintah, tekanan masyarakat, tekanan organisasi lingkungan, dan tekanan media massa terhadap pentingnya penerapan akuntansi sosial pada perusahaan, dan untuk menganalisis perbedaan persepsi di antara akuntan pendidik pria dan wanita tentang pentingnya penerapan akuntansi sosial pada perusahaan. Sampel pada penelitian ini terdiri dari 32 dosen yang telah memiliki pengalaman mengajar selama 5 tahun, dan diambil dari perguruan tinggi di Surakarta yang memiliki akreditasi A dan B yaitu UNIBA, UMS, dan UNSA. Teknik analisis data menggunakan uji instrumen penelitian yang terdiri dari uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji multikolinearitas, heteroskedastisitas, autokorelasi, dan normalitas, uji linier berganda, pengujian hipotesis dan uji beda persepsi. Hasil penelitian ini menunjukkan regulasi pemerintah, tekanan masyarakat, tekanan organisasi lingkungan dan tekanan media massa memiliki pengaruh positif dan signifikan

terhadap penerapan akuntansi sosial di perusahaan, dan tidak ada perbedaan persepsi antara pendidik akuntan pria dan wanita terhadap penerapan akuntansi sosial di perusahaan.

Terdapat persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yang terletak pada :

- a. Kesamaan variabel independen yang digunakan peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang yaitu regulasi pemerintah, tekanan masyarakat, tekanan organisasi lingkungan dan tekanan media massa.

Terdapat perbedaan antara peneliti terdahulu dengan penelitian sekarang yang terletak pada :

- a. Adanya variabel tambahan yang digunakan dalam penelitian terdahulu yaitu perbedaan persepsi pria dan wanita terhadap penerapan akuntansi sosial di perusahaan, sedangkan pada penelitian sekarang tidak menggunakannya.
- b. Sampel yang digunakan dalam penelitian terdahulu adalah dosen yang memiliki pengalaman mengajar selama 5 tahun dan bekerja diperguruan tinggi Surakarta yang memiliki akreditasi A dan B yaitu UNIBA, UMS, dan UNSA, sedangkan pada penelitian sekarang menggunakan perusahaan PT Angkasa Pura.

3. **Andreas Tan, Desmiyawati Benni, dan Warda Liani (2016)**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan, paparan media, dan kepekaan industri terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dan sifatnya berdampak pada reaksi investor. Sampel penelitian ini terdiri dari 53 perusahaan yang terdaftar di bursa efek Indonesia

(BEI). Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model parsial *least-squares*. Hasil penelitian ini menunjukkan ukuran perusahaan, paparan media dan kepekaan industri memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan TSP, dan ketiga variabel tidak memiliki efek langsung kepada reaksi investor. Sedangkan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) memiliki efek langsung terhadap reaksi investor dan memediasi hubungan antara ukuran perusahaan, paparan media, kepekaan industri dan reaksi investor. Terdapat persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yang terletak pada :

- a. Kesamaan variabel independen yang digunakan peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang yaitu media massa.

Terdapat perbedaan antara peneliti terdahulu dengan penelitian sekarang yang terletak pada :

- a. Sampel yang digunakan dalam penelitian terdahulu adalah perusahaan yang terdaftar di bursa efek indonesia, sedangkan pada penelitian sekarang menggunakan perusahaan PT Angkasa Pura.
- b. Penelitian terdahulu memiliki tambahan variabel independen yang digunakan yaitu ukuran perusahaan dan kepekaan industri, sedangkan penelitian sekarang menggunakan variabel independen regulasi pemerintah, tekanan masyarakat, dan tekanan organisasi lingkungan.

4. **Linda Deigh Jillian Farquhar Maria Palazzo Alfonso Siano (2016)**

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi praktek *corporate sosial responsibility* (CSR) perusahaan atau kegiatan dengan kelompok pemangku kepentingan tertentu, yaitu, masyarakat. Sampel penelitian ini terdiri dari tiga manajer senior diantaranya adalah CEO / Direktur, Head of Corporate Affairs / Corporate Communications, dan Brand Manager / Humas & Media Manager yang dilakukan di negara berkembang yaitu Ghana. Penelitian ini dilakukan dengan teknik wawancara yang memiliki durasi 45 menit atau di bawah 2 jam. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat berpengaruh positif terhadap praktik CSR. Hal ini ditunjukkan dalam data bank bahwa masyarakat memiliki peran penting pada bank sehingga bank berusaha berperilaku positif dan tanggung jawab terhadap masyarakat.

Terdapat persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yang terletak pada :

- a. Kesamaan variabel independen yang digunakan peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang yaitu masyarakat.

Terdapat perbedaan antara peneliti terdahulu dengan penelitian sekarang yang terletak pada :

- a. Sampel yang digunakan dalam penelitian terdahulu adalah tiga manajer senior yang ada di negara Ghana, sedangkan pada penelitian sekarang menggunakan perusahaan PT Angkasa Pura.
- b. Penelitian terdahulu hanya berfokus pada pengaruh masyarakat terhadap praktik CSR, sedangkan penelitian sekarang tidak hanya berfokus pada

masyarakat tetapi pada regulasi pemerintah, organisasi lingkungan dan media massa.

5. Bethel Uzoma Ihugba (2014)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji keterbatasan dalam mempromosikan peraturan *corporate social responsibility* (CSR) dan menyarankan model untuk meningkatkan akuntabilitas dalam praktik CSR melalui kerangka kerja peraturan inklusif berbasis keterlibatan pemangku kepentingan yang efektif, koheren, dan responsif. Penelitian ini menggunakan alat *self-regulatory* yang digunakan untuk menetapkan standar minimum, melarang tindakan yang berbahaya bagi pemangku kepentingan, dan secara aktif mempromosikan tanggung jawab sosial. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat cara layak untuk menjamin peningkatan melalui partisipasi pemangku kepentingan aktif dalam proses regulasi dari tanggap, efektivitas dan koherensi regulasi CSR. Hal ini ditunjukkan dengan mendirikan bahwa partisipasi pemangku kepentingan dalam peraturan CSR memastikan aturan sepihak atau tidak sepihak.

Terdapat persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yang terletak pada :

- a. Kesamaan variabel independen yang digunakan peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang yaitu regulasi pemerintah dan masyarakat.

Terdapat perbedaan antara peneliti terdahulu dengan penelitian sekarang yang terletak pada :

- a. Penelitian terdahulu hanya berfokus pada pengaruh masyarakat dan pemerintah terhadap praktik CSR, sedangkan penelitian sekarang tidak

hanya berfokus pada masyarakat tetapi pada organisasi lingkungan dan media massa.

6. Subhabrata Bobby Banerjee (2014)

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pendapat bahwa terdapat batasan struktural dan fungsional untuk *corporate social responsibility* (CSR) yang menentukan kondisi batas inisiatif sosial perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR untuk menghasilkan hasil sosial tidak perlu dibatasi dengan rasionalitas perusahaan, dan dibutuhkan perubahan dalam kerangka normatif pengambilan keputusan publik di tingkat kelembagaan.

Terdapat persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yang terletak pada :

- a. Kesamaan variabel independen penelitian terdahulu dengan penelitian yang sekarang yaitu pemerintahan.

Terdapat perbedaan antara peneliti terdahulu dengan penelitian sekarang yang terletak pada :

- a. Penelitian terdahulu berfokus pada pembahasan mengenai pengaruh pemerintah terhadap CSR, sedangkan pada penelitian sekarang membahas tekanan masyarakat, organisasi lingkungan dan media massa.

7. Basuki dan Corry Natasha Patrioty (2011)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi manajemen atas pengaruh regulasi pemerintah, tekanan masyarakat, tekanan organisasi lingkungan, dan tekanan media massa terhadap *corporate social disclosure* yang dilaporkan oleh PTPN (Persero). Sampel penelitian ini terdiri dari 58 manajer yang ada di

PTPN X, PTPN XI, dan PTPN XII. Teknik analisis data menggunakan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji non-heteroskedastisitas, uji non-kolinieritas ganda, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tekanan media massa berpengaruh signifikan terhadap *corporate social disclosure*, sedangkan regulasi pemerintah, tekanan masyarakat, tekanan organisasi lingkungan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *corporate social disclosure*.

Terdapat persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yang terletak pada :

- a. Kesamaan variabel independen yang digunakan peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang yaitu regulasi pemerintah, tekanan masyarakat, tekanan organisasi lingkungan dan tekanan media massa.

Terdapat perbedaan antara peneliti terdahulu dengan penelitian sekarang yang terletak pada :

- a. Sampel yang digunakan dalam penelitian terdahulu adalah perusahaan PTPN X, PTPN XI, dan PTPN XII, sedangkan pada penelitian sekarang menggunakan perusahaan PT Angkasa Pura.

8. Wardjono (2009)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini menggunakan variabel independen regulasi pemerintah, tekanan masyarakat, tekanan organisasi lingkungan, dan tekanan media massa. Sampel penelitian terdiri 25 perusahaan di kota Semarang yang terdaftar pada dinas perindustrian dan perdagangan provinsi Jawa Tengah tahun 2008. Penelitian ini menggunakan teknik analisis yaitu model

analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa regulasi pemerintah, tekanan masyarakat, dan tekanan organisasi lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan tekanan media massa tidak berpengaruh signifikan terhadap pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan.

Terdapat persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yang terletak pada :

- a. Kesamaan variabel independen yang digunakan peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang yaitu regulasi pemerintah, tekanan masyarakat, tekanan organisasi lingkungan dan tekanan media massa.

Terdapat perbedaan antara peneliti terdahulu dengan penelitian sekarang yang terletak pada :

- a. Sampel yang digunakan dalam penelitian terdahulu adalah perusahaan di kota Semarang yang terdaftar pada dinas perindustrian dan perdagangan provinsi Jawa Tengah tahun 2008, sedangkan pada penelitian sekarang menggunakan perusahaan PT Angkasa Pura.

Berikut hasil penelitian dari peneliti terdahulu yang berkaitan dengan penelitian saat ini dapat dilihat pada tabel matriks berikut ini :

Tabel 2.1
Matriks Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Variabel Independen			
		RP	TM	TOL	TMM
1.	Lim Boon Keong (2018)	TB	B	B	-
2.	Delvi Safira Salawari (2017)	B	B	B	B
3.	Andreas Tan (2016)	-	-	-	B
4.	Linda Deigh Jillian Farquhar Maria Palazzo Alfonso Siano (2016)	-	B	-	-
5.	Bethel Uzoma Ihugba (2014)	B	B	-	-
6.	Subhabrata Bobby Banerje (2014)	B	-	-	-
7.	Basuki dan Corry Natasha Patrioty (2011)	TB	TB	TB	B
8.	Wardjono (2009)	B	B	B	TB

Variabel Dependen : pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR)

Sumber : Data Diolah

Keterangan :

- RP : Regulasi Pemerintah
- TM : Tekanan Masyarakat
- TOL : Tekanan Organisasi Lingkungan
- TMM : Tekanan Media Massa
- B : Berpengaruh
- TB : Tidak Berpengaruh

2.2 Landasan Teori

Landasan teori memuat teori-teori yang digunakan untuk mendukung analisis mengenai penelitian yang akan dilakukan dan yang akan dijadikan landasan penyusunan hipotesis beserta analisisnya. Adapun teori-teori tersebut adalah sebagai berikut :

2.2.1 Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Stakeholder atau pemangku kepentingan adalah semua pihak yang menjadi sasaran atau alasan utama dalam pengembangan perusahaan. Freeman 1984 (dalam buku teori organisasi Gudono 2017) mengartikan *stakeholder* sebagai kelompok atau individu manapun yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh organisasi dalam merealisasi tujuannya. Beberapa penulis menggolongkan *stakeholder* menjadi dua golongan (1) *prime stakeholder*, yaitu pihak-pihak yang memiliki perjanjian atau ikatan dengan organisasi misalnya kreditur dan konsumen, (2) *secondary stakeholder*, yaitu semua pihak yang mungkin dipengaruhi oleh tindakan organisasi meskipun tidak memiliki hubungan dengan organisasi. selain itu, ada yg menggolongkan *stakeholder* menjadi *internal stakeholder* (manajemen, karyawan, dan sebagainya) dan *external stakeholder* (pemilik, pemerintah, kreditur, dan sebagainya).

Teori *stakeholder* baru dikenal pada tahun 1963 dari memo internal di *The Stanford Research Institute*, teori ini diciptakan untuk membantah pandangan tradisional bahwa pemilik adalah satu-satunya yang memiliki kepentingan dan yang harus dilayani oleh manajemen. Ada beberapa pemikiran teori organisasi konvensional yang masih diwarnai oleh pandangan secara tradisional. Menurut

Williamson 1984 (dalam buku teori organisasi Gudono 2017) yang menggunakan konsep biaya transaksi untuk menunjukkan bahwa pemegang saham membutuhkan perhatian khusus dibandingkan dengan *stakeholder* karena adanya *asset specificity*. Sedangkan pada teori keagenan membahas mengenai adanya kepentingan yang berbeda karena *agency cost* dan adanya asimetri informasi antara pemilik (*principal*) dan manajer sebagai agen.

Dalam teori *stakeholder* ada beberapa elemen yang saling terkait secara logis menurut Freeman 2004 (dalam buku teori organisasi Gudono 2017) : (1) harus mempertimbangkan dampak dari perbuatan yang telah dilakukan kepada pihak lain dan dampak perbuatan pihak lain terhadap organisasi, (2) harus memahami perilaku, tata nilai, latar belakang berbagai pihak termasuk konteks sosial, (3) harus memiliki strategi dalam organisasi, (4) harus memahami hubungan antar pemangku kepentingan pada 3 tingkatan analisis yaitu rasional, proses, dan standar prosedur, (5) proses perencanaan strategik harus dijalankan dengan baik, dan (6) kepentingan para *stakeholder* harus seimbang. Dengan elemen-elemen tersebut kepentingan semua pihak telah dimasukkan ke dalam proses bisnis.

Di dalam pasar bebas, setiap organisasi perusahaan komersial menghadapi tiga macam masalah yaitu penciptaan nilai dan perdagangan, etika kapitalisme, dan pola pikir manajerial (*mindset managerial*). Dari ketiga macam masalah tersebut, teori *stakeholder* memberikan dua alasan terhadap penyelesaian masalah : (1) bisnis dapat dipahami sebagai sekumpulan hubungan antara sebagian kelompok yang memiliki kepentingan atas kegiatan yang dilakukan organisasi. Pada alasan yang pertama menyangkut bagaimana manajer, karyawan, konsumen, supplier, pendana

bersama-sama menciptakan dan memperdagangkan nilai yang digunakan untuk memahami bagaimana hubungan antar pemangku kepentingan tersebut dijalankan dan jika terjadi konflik kepentingan antarpemangku, maka yang perlu dilakukan oleh direksi perusahaan adalah memikirkan kembali kemungkinan adanya *trade-offs* yang bisa diterima oleh semua pihak, (2) selain dengan mengelola hubungan antar pemangku kepentingan, alasan yang kedua yaitu dapat membantu perusahaan bertahan di dalam sistem kapitalistik, dimana pendekatan pemangku kepentingan lebih memperhatikan aspek moral khususnya menyangkut keadilan, kebebasan pemilihan, penghindaran dampak buruk, atau penciptaan manfaat untuk semua pihak. Oleh sebab itu, pendekatan tersebut akan lebih bisa mengarahkan perhatian untuk menciptakan nilai-nilai dan menghindari kegagalan moral. Sehingga dalam praktik teori *stakeholder* sering digunakan untuk kegiatan *corporate social responsibility* (CSR) yang dapat menjadi strategi perusahaan dalam memenuhi kepentingan akan informasi non-keuangan terkait dampak sosial dan lingkungan yang timbul dari aktivitas perusahaan. Sehingga semakin baik pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan maka semakin besar dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* dalam meningkatkan kinerja dan laba yang diharapkan oleh perusahaan.

Menurut Rokhlinasari (2015) ada beberapa alasan yang mendorong perusahaan dalam memperhatikan kepentingan *stakeholder* diantaranya adalah sebagai berikut : (1) isu lingkungan yang melibatkan kepentingan berbagai kelompok dalam masyarakat yang dapat mengganggu kualitas hidup, (2) pada era globalisasi telah mendorong produk-produk yang diperdagangkan harus bersahabat

dengan lingkungan, (3) para investor dalam menanamkan modalnya dan program lingkungan, dan (4) lembaga swadaya masyarakat (LSM) serta pecinta lingkungan yang memberikan kritik pada perusahaan yang kurang peduli terhadap lingkungan. Sehingga tujuan utama teori *stakeholder* adalah membantu manajer korporasi untuk mengerti lingkungan *stakeholder* dan melakukan pengelolaan dengan lebih efektif diantara keberadaan hubungan-hubungan dilingkungan perusahaan. Secara luas tujuan teori *stakeholder* adalah menolong manajer korporasi dalam meningkatkan nilai dari dampak aktivitas perusahaan dan meminimalkan kerugian bagi para *stakeholder* baik internal maupun eksternal.

2.2.2 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Bowen 1953 (dalam buku teori organisasi Gudono 2017) menyatakan bahwa CSR merujuk kepada kewajiban perusahaan (bisnis) untuk menjalankan kebijakan dan untuk membuat keputusan yang diharapkan dalam konteks untuk mencapai tujuan dan nilai-nilai masyarakat. Wood 1991 (dalam buku teori organisasi Gudono 2017) menyatakan bahwa ide dasar CSR adalah bahwa perusahaan dan masyarakat saling terhubung dan bukan merupakan entitas yang terpisah. Sedangkan Baker 2003 (dalam buku teori organisasi Gudono 2017) menyatakan bahwa CSR adalah bagaimana perusahaan mengelola proses bisnis untuk menciptakan dampak positif kepada masyarakat secara keseluruhan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa perusahaan tidak bisa lagi mengabaikan kepentingan pihak-pihak di luar pemilik.

Ada berbagai variasi kegiatan yang dapat dikategorikan sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR) dari sisi perspektif jangka panjang secara umum

memiliki tiga ciri-ciri : (1) CSR merupakan bagian perspektif jangka panjang mengenai keuntungan ekonomis yang tidak mudah diukur walaupun bisa memberikan aset berharga yang bisa menghasilkan keuntungan pada masa yang akan datang, (2) CSR berkaitan dengan hal yang tidak terbatas pada keuntungan hukum, teknik, dan ekonomi. oleh sebab itu, mematuhi peraturan tidak serta merta membuat sebuah perusahaan dianggap bertanggung jawab sosial. CSR merupakan ekspresi tindakan yang bersifat suka rela, bukan karena paksaan pemerintah. CSR menunjukkan bahwa perusahaan sudah melampaui batas minimal kepatuhan atas standar dan peraturan umum. Jadi, CSR ada pada kewajiban moral atau prinsip-prinsip normatif, dan (3) CSR dilakukan karena adanya kesadaran bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab kepada semua pemangku kepentingan yang bisa ditentukan memiliki klaim baik secara hukum ataupun moral.

CSR bukan termasuk dalam kegiatan *corporate philanthropy* yang merupakan kegiatan perusahaan dalam mengumbangkan kembali laba yang telah diperoleh kepada masyarakat sebagai ungkapan terima kasih atas input yang diperoleh dari masyarakat. CSR juga tidak sama dengan *sustainable development* yang lebih berkaitan dengan pola pembangunan untuk memenuhi kebutuhan dengan tidak mengorbankan kesempatan bertahan hidup secara baik dimasa depan.

Dalam kaitannya dengan teori *stakeholder*, melakukan CSR bisa dianggap sebagai upaya perusahaan atau organisasi untuk menjadikan warga yang baik di dalam lingkungannya dengan melakukan transaksi yang bersifat saling menguntungkan satu sama lain dengan semua pihak di dalam lingkungannya. Dalam pendekatan instrumental teori *stakeholder* menyatakan bahwa mengelola

kepentingan para *stakeholder* merupakan praktik bisnis yang baik karena bisa membuat perusahaan yang menjalankan *stakeholder management* akan mengalahkan pesaing yang tidak mempertimbangkan kepentingan para *stakeholder*, maka *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat dikatakan sebagai upaya untuk mendapatkan kinerja keuangan yang lebih baik. Pada data empiris belum menunjukkan secara sederhana hubungan antara CSR dengan kinerja keuangan menurut Wood 1995 (dalam buku teori organisasi Gudono 2017). Hubungan antara CSR dengan kinerja keuangan tidak linier, karena investor berpendapat bahwa pengeluaran perusahaan untuk keperluan CSR terlalu tinggi. Oleh karena itu, kegiatan CSR harus diungkapkan secara terinci dalam laporan keuangan tahunan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan tanggung jawab kepada para *stakeholder*.

2.2.3 Regulasi Pemerintah

Regulasi merupakan aturan yang digunakan untuk mengendalikan perilaku manusia dengan berbagai batasan. Regulasi bisa diterapkan dalam berbagai bentuk, misalnya: hukum pemerintah, hukum industri, dan lain sebagainya. Regulasi pemerintah adalah semua peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah untuk mengatur suatu organisasi atau perusahaan. Pada kaitanya dengan CSR, regulasi pemerintah digunakan untuk mengatur aktivitas sosial dan lingkungan perusahaan.

Peraturan pemerintah yang membahas mengenai *corporate social responsibility* (CSR) antara lain sebagai berikut :

1. Pada tahun 2003 kementerian BUMN menerbitkan keputusan dengan nomor KEP-236/MBU/2003 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan (PKBL). Keputusan ini terdiri dari dua kegiatan yaitu perkuatan usaha kecil melalui pemberian pinjaman dana berguling dan pendampingan atau disebut dengan program kemitraan serta program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat sekitar atau disebut dengan program bina lingkungan. Program PKBL merupakan formulasi pelaksanaan CSR bagi BUMN atau perusahaan yang operasionalnya tidak berhubungan langsung dengan pemanfaatan sumber daya alam seperti perbankan, telekomunikasi, dan sebagainya. Pada pasal 8 tentang kebijakan disebutkan bahwa dana program kemitraan bersumber dari penyisihan laba setelah pajak sebesar 1-3 persen, dana juga dapat diambil dari hasil bunga pinjaman, bunga deposito, dan atau jasa giro dari dana program kemitraan setelah dikurangkan beban operasional, serta perlimpahan dana program kemitraan dari BUMN lain jika ada. Sedangkan sumber dana program bina lingkungan antara lain berasal dari penyisihan laba setelah pajak maksimal sebesar 1 persen, hasil bunga deposito dan atau jasa giro dari dana program bina lingkungan. Penerbitan keputusan menteri BUMN ini mengacu pada keputusan menteri keuangan yang dikeluarkan pada tahun 1996 dengan nomor 60/KMK.016/1996 yang membahas mengenai besaran dana program CSR diatur.
2. Pada tahun 2007 pemerintah menerbitkan peraturan pelaksanaan *corporate social responsibility* (CSR) kepada perseroan melalui Undang-Undang No. 40 tahun 2007 pasal 74 tentang Perseroan Terbatas (UU PT) dan Undang-Undang No. 25 tahun 2007 pasal 15 (b) dan pasal 16 (d) tentang Penanaman Modal (UU PM).

Dengan adanya dua peraturan tersebut, program CSR yang semula hanya dilakukan oleh perusahaan BUMN sekarang juga bisa dilakukan oleh perusahaan atau pihak swasta. Setiap perseroan atau penanaman modal diwajibkan untuk melakukan sebuah upaya pelaksanaan tanggung jawab terhadap perusahaan yang telah dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan. Kebijakan ini juga mengatur sanksi bagi perusahaan yang tidak menjalankan kewajibannya. Dari kedua peraturan yang telah dikeluarkan oleh pemerintah, kegiatan CSR menjadi beranekaragam dan tidak hanya terbatas pada program sosial maupun sosial ekonomi tetapi juga dapat berupa sosial kesehatan, sosial pendidikan, dan sosial lingkungan.

Dalam penelitian (Maimunah, Ismail, & Noormi, 2015) yang dilakukan di Malaysia menjelaskan bahwa tanggung jawab hukum telah menduduki peringkat tertinggi oleh penerima manfaat CSR yang berpartisipasi dalam penelitian tersebut. Perusahaan diharapkan untuk mematuhi undang-undang dan peraturan yang ada di negara seperti undang-undang kualitas lingkungan, undang-undang anti-korupsi dan undang-undang hak asasi manusia.

2.2.4 Tekanan Masyarakat

Masyarakat adalah salah satu dari para pemangku kepentingan atau *stakeholder* yang sangat berpengaruh bagi perubahan, kelangsungan hidup, dan perkembangan perusahaan karena masyarakat berperan sebagai konsumen yang akan mengkonsumsi hasil produksi dari perusahaan. Sehingga masyarakat dapat menjadi suatu dorongan bagi perusahaan dalam mengambil dan melaksanakan

sebuah kebijakan melalui informasi-informasi yang telah disampaikan. Pada penelitian (Linda, Farquhar, Palazzo, & Siano, 2016) keterlibatan masyarakat pada *corporate social responsibility* (CSR) akan membantu dalam membangun persepsi positif, reputasi perusahaan, kepercayaan dan kesetiaan pelanggan.

2.2.5 Tekanan Organisasi Lingkungan

Organisasi lingkungan merupakan semua elemen di dalam maupun di luar perusahaan yang dapat mempengaruhi sebagian maupun keseluruhan suatu perusahaan karena organisasi lingkungan telah menjadi salah satu kekuatan kontrol sosial yang dapat mengawasi aktivitas perusahaan. Aktivitas perusahaan yang tidak dapat dipertanggung jawabkan akan menimbulkan opini maupun sanksi buruk dari masyarakat terhadap perusahaan, sehingga keberadaan organisasi lingkungan dapat membantu perusahaan dalam menyikapi aktivitas perusahaan dengan baik agar tidak berbenturan dengan kepentingan perusahaan. Oleh karena itu, orientasi organisasi lingkungan secara umum untuk menghindari eksploitasi yang berlebihan terhadap lingkungan hidup untuk kepentingan perusahaan (*profit*). Terdapat dua jenis klasifikasi lingkungan yaitu lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Lingkungan internal berpengaruh langsung dalam organisasi yang meliputi karyawan, manajer serta pimpinan. Sedangkan lingkungan eksternal dibagi menjadi dua yaitu berpengaruh langsung dan tidak langsung. Salah satu organisasi lingkungan hidup yang dikenal di Indonesia adalah lembaga swadaya masyarakat (LSM). LSM merupakan organisasi yang secara sukarela memberikan pelayanan

kepada masyarakat tanpa tujuan untuk memperoleh keuntungan Basuki & Corry (2011).

2.2.6 Tekanan Media Massa

Media massa adalah alat atau perantara yang digunakan untuk menyampaikan informasi bagi perusahaan dan dapat pula sebagai alat publikasi dan sosialisasi yang digunakan oleh perusahaan untuk dapat membangun kepercayaan (*image*) publik tentang aktivitas-aktivitas sosial yang dijalankan perusahaan. Media massa meliputi alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio, TV, dan lain sebagainya. Media massa dalam lingkungan bisnis memiliki peran yang saat dominan dalam membentuk opini masyarakat terhadap aktivitas perusahaan. Delvi Safira Walawati (2017) berpendapat bahwa suatu organisasi media massa digunakan untuk menunjang popularitas dan menjaga *image*. Media massa dapat menjadi ancaman dalam berbisnis karena semua informasi pada media massa dapat diketahui oleh seluruh masyarakat.

2.2.7 Pengaruh Regulasi Pemerintah terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Regulasi pemerintah digunakan untuk mengatur aktivitas sosial dan lingkungan perusahaan. Dalam teori *stakeholder* dijelaskan mengenai hubungan organisasi dengan lingkungan, dan pemerintah merupakan pihak eksternal yang dapat mempengaruhi keberlangsungan perusahaan. Sehingga semakin banyak aturan yang dikeluarkan oleh pemerintah terkait dengan lingkungan sosial

perusahaan maka akan berdampak pada pengungkapan CSR yang semakin besar dari aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan dan akan dilampirkan dalam laporan keuangan tahunan perusahaan. Adanya aturan-aturan yang dikeluarkan oleh pemerintah mengakibatkan kegiatan CSR menjadi beranekaragam dan tidak hanya terbatas pada program sosial maupun sosial ekonomi tetapi juga dapat berupa sosial kesehatan, sosial pendidikan, dan sosial lingkungan. Sehingga secara tidak langsung mejelaskan bahwa dana yang dialokasikan semakin besar untuk kegiatan CSR. Seperti telah dijelaskan dalam peraturan yang telah diterbitkan oleh pemerintah dimana mengaruskan perusahaan BUMN menyisihkan laba setelah pajak sebesar 1-3 persen untuk kegiatan CSR. Dalam penelitian (Delvi Safira Salawati, 2017), (Ihugba, 2014), (Wardjono, 2009), dan (Benerjee, 2014) menyatakan bahwa regulasi pemerintah berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

2.2.8 Pengaruh Tekanan Masyarakat terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Masyarakat merupakan salah satu *stakeholder* yang sangat berpengaruh bagi perubahan, kelangsungan hidup, dan perkembangan perusahaan. Sehingga tekanan masyarakat yang tinggi kepada perusahaan akan membuat perusahaan lebih besar dalam pengungkapan CSR yang akan dilaporkan dalam laporan keuangan tahunan perusahaan karena masyarakat dapat menjadi suatu dorongan bagi perusahaan dalam mengambil dan melaksanakan sebuah kebijakan melalui informasi-informasi yang telah disampaikan. Disamping itu, karena masyarakat

berperan sebagai konsumen yang akan mengkonsumsi hasil produksi dari perusahaan sehingga masyarakat dinilai sebagai elemen yang penting dalam keberlangsungan perusahaan. Dalam teori *stakeholder*, ketika perusahaan melaporkan aktivitas sosial dan lingkungan dengan baik, maka perusahaan akan mendapat dorongan dari para *stakeholder* untuk meningkatkan kinerja dan mendapat laba yang diinginkan. Dalam penelitian (Keong, Ramakrishnan, & S.Hisnan, 2018), (Delvi Safira Salawati, 2017), (Siano, 2016), (Ihugba, 2014), dan (Wardjono, 2009) menyatakan bahwa tekanan masyarakat berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

2.2.9 Pengaruh Tekanan Organisasi Lingkungan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Organisasi lingkungan dalam perusahaan merupakan salah satu kekuatan kontrol sosial yang dapat mengawasi aktivitas perusahaan. Sehingga tekanan organisasi lingkungan yang tinggi akan memicu perusahaan dalam pengungkapan CSR yang lebih besar karena berdasarkan teori *stakeholder*, organisasi lingkungan bertugas sebagai pengingat bagi perusahaan untuk terus memperhatikan lingkungan sosial. Di Indonesia lembaga swadaya masyarakat (LSM) merupakan suatu organisasi lingkungan yang bertugas untuk mengungkapkan sisi negatif perusahaan yang berkaitan dengan isu lingkungan dan akan menuntut tanggung jawab atas kerusakan lingkungan atau dampak sosial yang ditimbulkan akibat aktivitas perusahaan. Dalam penelitian (Keong, Ramakrishnan, & S.Hisnan, 2018), (Delvi Safira Salawati, 2017) dan (Wardjono, 2009) menyatakan bahwa tekanan organisasi

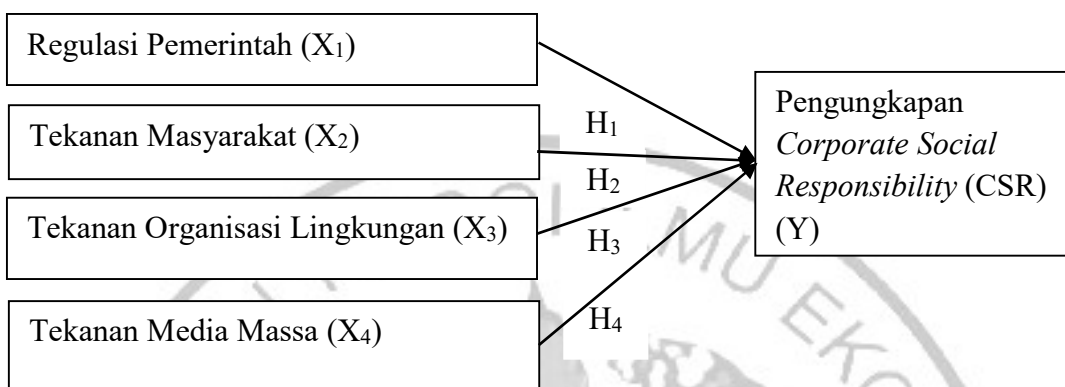
lingkungan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

2.2.10 Pengaruh Tekanan Media Massa terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Media massa merupakan alat atau perantara yang digunakan perusahaan untuk menyampaikan informasi kepada penerima informasi seperti masyarakat, organisasi lingkungan, pemerintah, dan lain sebagainya. Media massa yang dapat digunakan dalam menyampaikan informasi berupa surat kabar, website pribadi perusahaan, radio, televisi, dan media sosial lainnya. Sehingga tekanan media massa yang tinggi akan membuat perusahaan lebih besar dalam pengungkapan CSR yang akan dilaporkan dalam laporan keuangan tahunan perusahaan. Hal ini disebabkan karena media massa akan memberikan persepsi positif maupun negatif yang berasal dari informasi perusahaan yang telah dipublikasikan kepada masyarakat, organisasi lingkungan, pemerintah, dan lain sebagainya. Menurut teori *stakeholder*, perusahaan harus senantiasa menjaga hubungan dan mempertahankan nilai dengan para pemangku kepentingan. Sehingga dengan adanya media massa para pemangku kepentingan akan lebih mudah dalam mengakses atau memperoleh informasi perusahaan sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan. Dalam penelitian (Delvi Safira Salawati, 2017), (Tan, Benni, & Liani, 2016) dan (Basuki & Patrioty, 2011) menyatakan bahwa tekanan media massa berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

2.2 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kajian teori dan beberapa uraian penelitian terdahul dalam penelitian ini, Maka dapat dibangun kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis Penelitian

- H₁ : Regulasi Pemerintah berpengaruh terhadap Pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR)
- H₂ : Tekanan Masyarakat berpengaruh terhadap Pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR)
- H₃ : Tekanan Organisasi Lingkungan berpengaruh terhadap Pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR)
- H₄ : Tekanan Media Massa berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR)