

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Banyak dari berbagai macam penelitian yang diharapkan oleh peneliti tidak terlepas dari penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu yang berhubungan dengan permasalahan yang ada pada penelitian ini. Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu beserta persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini:

2.1.1 Suci Susanti (2013)

Penelitian yang telah dilakukan oleh Susi Susanti adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui tentang pengaruh mekanisme pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan *cosmetics* and *household* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Mekanisme *Good Corporate* yang digunakan adalah kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, kepemilikan asing, ukuran saham terkonsentrasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* pada perusahaan *cosmetics* dan *household* adalah Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Asing dan Komite Audit sedangkan variabel yang tidak mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan *cosmetics* dan *household* adalah kepemilikan manajerial, ukuran Dewan Komisaris, dan Kepemilikan saham terkonsentrasi. Hal ini memungkinkan di

sebabkan masih terjadi adanya konflik kepentingan di perusahaan tersebut, sehingga masing-masing tidak dapat menjalankan peran dan fungsinya dengan baik termasuk dalam pelaksanaan dan pengungkapan aktivitas tanggung jawab sosial. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur khususnya bidang Cosmetics dan Household yang terdaftar di BEI selama periode 2009 – 2011. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampling jenuh dimana teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.

Persamaan Penelitian :

- 1) Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data yang sama dengan penelitian sebelumnya, yaitu dengan menggunakan metode *purposive sampling*.
- 2) Penelitian ini dan penelitian sebelumnya membahas tentang pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Perbedaan Penelitian :

- 1) Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah komposisi dewan komisaris independen, kepemilikan institusional, ukuran perusahaan dan pengungkapan CSR, Sedangkan variabel yang digunakan dalam penelitian Susi Susanti adalah kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, kepemilikan asing, dan ukuran saham terkonsentrasi.
- 2) Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Perusahaan Perbankan Konvensional yang terdaftar di BEI, sedangkan dalam

penelitian Susi Susanti adalah seluruh perusahaan manufaktur khususnya dibidang *cosmetics* dan *household* yang terdaftar di BEI.

- 3) Periode yang digunakan dalam penelitian ini adalah tahun 2011 -2012, sedangkan dalam penelitian Susi Susanti adalah pada tahun 2009 – 2011.

2.1.2 Ahmad Kamil (2012)

Penelitian ini meneliti tentang pengaruh karakteristik perusahaan terhadap luas pengungkapan kegiatan *Corporate Social Responsibility*. Penelitian ini menggunakan GRI sebagai pengukuran luas pengungkapan CSR, dan menggunakan profitabilitas, likuiditas, solvabilitas dan ukuran perusahaan sebagai karakteristik perusahaan. Sampel dan populasi dari penelitian ini adalah 82 *Firm years* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2008-2009. Metode yang digunakan dalam teknis analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis Regresi Linier Berganda dan pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling.

Persamaan Penelitian :

- 1) Metode pengumpulan sampel yang digunakan dalam penelitian ini dan penelitian sebelumnya memiliki persamaan yaitu menggunakan metode purposive sampling.
- 2) Teknis analisis data yang digunakan sama-sama menggunakan analisis regresi linier berganda.

Perbedaan Penelitian :

- 1) Penelitian ini meneliti pengungkapan CSR dengan menggunakan komposisi dewan komisaris independen, kepemilikan institusional dan ukuran perusahaan sebagai variabel independen, sedangkan pada penelitian sebelumnya meneliti tentang pengaruh karakteristik perusahaan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial, dengan menggunakan profitabilitas, likuiditas, solvabilitas dan ukuran perusahaan sebagai karakteristik perusahaan dan menggunakan GRI sebagai pengukuran luas pengungkapan CSR.
- 2) Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan perbankan konvensional yang terdaftar di BEI tahun 2011-2012, sedangkan dalam penelitian sebelumnya menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2008-2009.

2.1.3 Maria Wijaya (2012)

Penelitian ini meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur, dengan menggunakan ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, ukuran dewan komisaris dan kinerja lingkungan sebagai pengukuran pengungkapan CSR. Dalam penelitian ini menggunakan sampel dari perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar pada BEI dan PROPER pada tahun 2008-2010. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan analisis linier berganda dan pengambilan sampel

menggunakan teknik purposive sampling. Hasil dari penelitian ini adalah ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR, leverage tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR, profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR, ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR, kinerja lingkungan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hasil dari penelitian ini yaitu karakteristik perusahaan yang meliputi profitabilitas, likuiditas, solvabilitas dan ukuran perusahaan diduga menjadi kurang relevan terhadap tingkat pengungkapan CSR.

Persamaan Penelitian :

- 1) Metode pengumpulan sampel yang digunakan dalam penelitian ini dan penelitian sebelumnya memiliki persamaan yaitu menggunakan metode purposive sampling.
- 2) Teknik analisis data yang digunakan sama-sama menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda.

Perbedaan Penelitian :

- 1) Penelitian ini meneliti pengungkapan CSR dengan menggunakan komposisi dewan komisaris independen, kepemilikan institusional dan ukuran perusahaan sebagai variabel independen, sedangkan pada penelitian sebelumnya meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan

manufaktur, dengan menggunakan ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, ukuran dewan komisaris dan kinerja lingkungan sebagai pengukuran pengungkapan CSR.

- 2) Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan perbankan konvensional yang terdaftar di BEI tahun 2011-2012, sedangkan dalam penelitian sebelumnya menggunakan sampel perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dan PROPER tahun 2008-2010.

2.1.4 Ahmad Nurkhin (2010)

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan mekanisme *Corporate Governance*, profitabilitas dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang melibatkan *Corporate Size* sebagai variabel terkendali. Sampel dari penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang tercatat pada BEI pada tahun 2007. Sampel yang digunakan ada 80 sampel dengan metode purposive sampling dan analisis regresi linier berganda. Hasilnya menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara kepemilikan institusional dan pengungkapan CSR. Tetapi, ditemukan adanya hubungan yang signifikan antara *independent commissioner board*, *profitability* dan pengungkapan CSR.

Persamaan Penelitian :

- 1) Metode pengumpulan sampel yang digunakan dalam penelitian ini dan penelitian sebelumnya memiliki persamaan yaitu menggunakan metode purposive sampling.
- 2) Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dan penelitian sebelumnya sama-sama menggunakan analisis linier berganda.

Perbedaan Penelitian :

- 1) Penelitian ini menjelaskan tentang pengaruh komposisi dewan komisaris independen, kepemilikan institusional dan ukuran perusahaan dan pengungkapan CSR, sedangkan dalam penelitian Ahmad Nurkhin (2010) menjelaskan hubungan mekanisme *Corporate Governance*, profitabilitas dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang melibatkan *Corporate Size* sebagai variabel terkendali.
- 2) Sampel dari penelitian ini adalah Perusahaan Perbankan konvensional yang terdaftar di BEI, sedangkan dalam penelitian Ahmad Nurkhin adalah perusahaan-perusahaan yang tercatat pada BEI.
- 3) Periode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pada tahun 2011-2012, sedangkan pada penelitian Ahmad Nurkhin adalah tahun 2007.

2.2 Landasan Teori

Landasan teori merupakan bagian yang penting dalam sebuah penelitian. Manfaat landasan teori adalah agar penelitian dapat tepat sasaran dan efektif.

Landasan teori dalam penelitian ini adalah Teori Keagenan (*Agency Theory*), Teori Stakeholder (*Stakeholders Theory*), *Corporate Social Responsibility*, *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRD), Komposisi Dewan Komisaris, Kepemilikan Institusional dan Ukuran Perusahaan.

2.2.1 Teori Agensi (*Agency theory*)

Teori keagenan memandang perusahaan sebagai *nexus of contract* yaitu organisasi yang terikat kontrak dengan beberapa pihak seperti pemegang saham, supplier, karyawan (termasuk manajer) dan pihak-pihak lain yang berkepentingan (Scott, 2009:313), teori keagenan mengemukakan bahwa antara pihak prinsipal (pemilik/pemegang saham) dan *agent* (manajer) memiliki potensi untuk timbulnya konflik kepentingan antara *agent* dan *principal* dapat dikurangi dengan mekanisme pengawasan yang dapat menyelaraskan berbagai kepentingan yang ada dalam perusahaan, dinamakan mekanisme *Corporate Governance*. Struktur kepemilikan diantaranya kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial adalah dua mekanisme *corporate governance* utama yang membantu mengendalikan masalah keagenan pada perusahaan.

Di Negara-negara yang mempunyai konsentrasi kepemilikan di perusahaan yang tinggi seperti di Indonesia, masalah keagenan antara manajer dan pemegang saham mungkin dapat berkurang apabila manajer memiliki kesepahaman dengan pemegang saham dan tindakan yang dilakukannya sesuai dengan keinginan pemegang saham. Meskipun demikian, di beberapa Negara masalah keagenan muncul dari konflik antara pemilik pengendali (pemegang saham mayoritas) dan pemegang

saham minoritas. Oleh karena itu, diharapkan keberadaan dewan komisaris yang independen dapat mewakili pemegang saham minoritas (Susi Susanti, 2013). Manajer sebagai pengelola perusahaan lebih banyak mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan di masa yang akan datang dibandingkan pemilik (pemegang saham). Manajer berkewajiban memberikan sinyal mengenai kondisi perusahaan kepada pemilik. Sinyal yang diberikan dapat dilakukan melalui pengungkapan informasi akuntansi seperti laporan keuangan. Laporan keuangan tersebut penting bagi para pengguna eksternal terutama sekali karena kelompok ini berada dalam kondisi yang paling besar kepastiannya (Ujiyantho dan Pramuka, 2007).

2.2.2 Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Teori *Stakeholder* adalah teori yang menggambarkan kepada pihak mana saja (*stakeholder*) perusahaan bertanggung jawab, Perusahaan harus menjaga hubungan dengan *stakeholder*-nya dengan mengakomodasikan keinginan dan kebutuhan *stakeholdernya*, terutama *stakeholder* yang mempunyai *power* terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan, misal tenaga kerja, pasar atas produk perusahaan dan lain-lain (Chariri dan Ghozali, 2007). Selain itu, teori *stakeholder* juga merupakan teori yang menggambarkan kepada pihak mana saja perusahaan yang bertanggung jawab, perusahaan tidak hanya sekedar bertanggung jawab terhadap para pemilik (shareholder) sebagaimana terjadi selama ini namun bergeser menjadi sangat luas yaitu pada ranah sosial kemasyarakatan (*stakeholder*) yang disebut tanggung jawab sosial (*social responsibility*). Fenomena seperti ini terjadi karena adanya tuntutan dari

masyarakat akibat *negative externalities* yang timbul serta ketimpangan sosial yang terjadi (Hadi, 2011:87). Salah satu strategi untuk menjaga hubungan dengan para *stakeholder* perusahaan adalah dengan melaksanakan CSR, dengan pelaksanaan CSR diharapkan keinginan dari *stakeholder* dapat terakomodasi sehingga akan menghasilkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan *stakeholdernya*.

Kasali dalam Wibisono (2007) membagi *stakeholders* menjadi :

1. *Stakeholders* internal dan *stakeholder* eksternal

Stakeholder internal adalah *stakeholders* yang di dalam lingkungan organisasi. Misalnya karyawan, manajer dan pemegang saham (*shareholders*). Sedangkan *stakeholders* eksternal adalah *stakeholders* yang berada diluar lingkungan organisasi, seperti penyalur atau pemasok, konsumen atau pelanggan, masyarakat, pemerintah, pers, kelompok social responsible insvestor, licensingpartner dan lain-lain.

2. *stakeholders* primer, sekunder dan marjinal

Tidak semua elemen dalam *stakeholders* perlu diperhatikan. Perusahaan perlu menyusun skala prioritas. *Stakeholders* yang kurang penting disebut *stakeholders* sekunder dan yang biasa diabaikan disebut *stakeholders* marjinal. Urutan prioritas ini berbeda bagi setiap perusahaan meskipun produk atau jasanya sama. Urutan ini juga berubah dari waktu ke waktu.

3. *Stakeholders* tradisional dan *stakeholders* masa depan

Karyawan dan konsumen dapat disebut sebagai tradisional, karena saat ini sudah berhubungan dengan organisasi. Sedangkan *stakeholders* masa depan

adalah *stakeholders* pada masa yang akan datang diperkirakan akan memberikan pengaruhnya pada organisasi seperti mahasiswa, peneliti dan konsumen potensial.

4. *Proponents, opponents* dan *uncommitted*

Diantara *stakeholders* ada kelompok yang memihak organisasi (*proponents*), menentang organisasi (*opponents*) dan ada yang tidak peduli atau abai (*uncommitted*). Organisasi perlu mengenal *stakeholders* yang berbeda-beda ini agar dapat melihat permasalahan, menyusun rencana dan strategi untuk melakukan tindakan yang proposional.

5. *Silent majority* dan *vocal minority*

Dilihat dari aktivitas *stakeholders* dalam melakukan komplain atau mendukung perusahaan, tentu ada yang menyatakan pertentangan atau mendukungnya secara *vocal* (aktif) namun ada pula yang menyatakan secara *silent* (pasif).

Guthrie (2006) dalam Yunarti (2007) menyatakan bahwa teori *stakeholders* dapat diuji dengan berbagai cara dengan menggunakan *content analysis* atau laporan keuangan perusahaan. Lebih lanjut dinyatakan bahwa laporan keuangan merupakan cara yang paling efisien bagi organisasi untuk berkomunikasi dengan kelompok *stakeholders* yang dianggap memiliki ketertarikan dalam pengendalian aspek-aspek strategis tertentu dari organisasi.

2.2.3 Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan kedepan. Hal itu, dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri ditengah lingkungan masyarakat yang semakin maju (Nor Hadi, 2010: 87). Konsep teori legitimasi merupakan sebuah konsep lama yang pertama kali dikenalkan oleh Weber, Konsep ini menerangkan tentang bagaimana peran legitimasi dalam kehidupan sosial, khususnya pada terbentuk dan bertahannya wewenang. Perspektif teoritis yang diberikan oleh teori legitimasi mengasumsikan adanya hubungan antara organisasi dan masyarakat di mana ia beroperasi (Chang dan Deegan, 2010).

Barkemeyer (2007) mengungkapkan bahwa penjelasan tentang kekuatan teori legitimasi organisasi dalam konteks tanggung jawab sosial perusahaan di Negara berkembang terdapat dua hal;pertama, kapabilitas untuk menempatkan motif memaksimalkan keuntungan membuat gambaran lebih jelas tentang motivasi perusahaan memperbesar tanggung jawab sosialnya. Kedua, legitimasi organisasi dapat untuk memasukkan faktor budaya yang membentuk tekanan institusi yang berbeda dalam konteks yang berbeda.

Legitimasi dalam masyarakat merupakan salah satu faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaannya ke depan. Hal ini dapat dijadikan oleh perusahaan untuk mengatur strategi perusahaan terutama yang terkait dengan upaya memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat yang semakin

maju. Legitimasi dapat dianggap sebagai menyamakan persepsi atau asumsi bahwa tindakan yang diinginkan, pantas atau sesuai dengan sistem norma, nilai, kepercayaan, dan definisi yang dikembangkan secara sosial (Candra, 2009).

Uraian diatas menjelaskan bahwa teori legitimasi adalah merupakan salah satu teori yang mendasari tentang pengungkapan CSR, dengan adanya pengungkapan CSR ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat. Adanya pengungkapan CSR oleh perusahaan yang akan berdampak langsung pada perolehan legitimasi oleh masyarakat dan juga akan dapat meningkatkan nilai perusahaan terutama pada aspek sosialnya.

2.2.4 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Pengaruh Era globalisasi seperti sekarang ini kesadaran tentang penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* menjadi sangat penting bagi perusahaan, seiring dengan semakin maraknya kepedulian masyarakat terhadap produk (barang) yang ramah lingkungan. Anggraini (2006) Pengertian *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan sebagai mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan stakeholders, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum. Dengan demikian tanggung jawab sosial dapat dikatakan sebagai hubungan timbal balik antara perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan sekitar karena perusahaan telah mengambil keuntungan atas masyarakat dan lingkungan sekitar. Proses pengambilan keuntungan tersebut perusahaan seringkali menimbulkan kerusakan lingkungan dan dampak sosial.

Corporate social responsibility sebagai usaha perusahaan untuk menyeimbangkan komitmen-komitmennya terhadap kelompok-kelompok dan individual-individual didalamnya adalah pelanggan, perusahaan-perusahaan lain, para karyawan, dan investor. Perusahaan harus menjaga hubungan dengan *stakeholdernya* dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan *stakeholdernya*, terutama *stakeholder* yang mempunyai *power* terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan, misal tenaga kerja, pasar atas produk perusahaan dan lain-lain (Chariri dan Ghozali, 2007). Dengan adanya penerapan CSR tersebut dapat membuat perusahaan mengerti dan mengetahui keinginan dari stakeholder yang diharapkan keinginan tersebut dapat direalisasikan oleh perusahaan untuk menjaga hubungan antara stakeholder dapat selalu baik. Dan dengan adanya hubungan yang baik, dapat memberikan kontribusi yang besar bagi kelangsungan dan keberlanjutan perusahaan.

Penerapan CSR dalam perusahaan-perusahaan diharapkan selain memiliki komitmen finansial kepada pemilik atau pemegang saham (*stakeholders*), tapi juga memiliki komitmen sosial terhadap para pihak lain yang berkepentingan, karena CSR merupakan salah satu bagian dari strategi bisnis perusahaan dalam jangka panjang. Hal tersebut didukung oleh Chariri dan Ghozali (2007) yang menyatakan bahwa, “kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus di cari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara

perusahaan dengan *stakeholdernya*. Dalam menjalankan tanggung jawab sosial nya, perusahaan-perusahaan dapat melaksanakan kegiatan-kegiatan yang bermanfaat contohnya penanaman seribu pohon, membantu korban bencana, melaksanakan donor darah, membantu pelaksanaan kegiatan keagamaan, memberikan beasiswa dan mendirikan sekolah bagi anak-anak kurang mampu, mengadakan sunat massal, pengobatan gratis dan masih banyak kegiatan lainnya yang bermanfaat bagi masyarakat sekitar perusahaan. Dengan adanya CSR yang dijalankan oleh perusahaan, maka citra perusahaan dapat meningkat, tidak hanya karena iklan atau pemasaran yang baik, tetapi rasa kepedulian perusahaan juga sangat berperan aktif terhadap penilaian masyarakat pada suatu perusahaan.

2.2.5 Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR)

IAMI (2012) menjelaskan bahwa Laporan pertanggung jawaban sosial, masyarakat akan mengetahui aktivitas-aktivitas sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan. Dengan Standar melakukan praktik dan pengungkapan CSR, perusahaan akan mendapatkan manfaat antara lain, peningkatan penjualan, memperkuat *brand positioning* , meningkatkan citra perusahaan, menurunkan biaya operasi, serta meningkatkan daya tarik perusahaan di mata investor dan analis keuangan. Pengungkapan CSR yang berkembang di Indonesia adalah merujuk standar yang dikembangkan oleh GRI (*Global Reporting Initiatives*). Ikatan Akuntan Indonesia, Kompartemen Akuntan Manajemen (IAI-KAM) atau sekarang dikenal sebagai Ikatan Akuntan. Manajemen Indonesia (IAMI) merujuk standar yang dikembangkan oleh GRI dalam pemberian penghargaan Indonesia *Sustainability Report Award* (ISRA)

kepada perusahaan-perusahaan yang ikut serta dalam membuat laporan berkelanjutan atau *sustainability report*.

Branco dan Rodrigues (2006) dalam Yuniarti (2007) menjelaskan bahwa Instrumen pengukuran pengungkapan CSR yang akan digunakan dalam penelitian ini mengacu pada instrument yang digunakan oleh Global Reporting Index (GRI). *Global Reporting Index* (GRI) adalah sebuah pedoman atau standar pengukuran pengungkapan CSR oleh perusahaan. GRI digunakan sebagai pengukuran dikarenakan lebih komprehensif dalam menilai aktivitas CSR suatu perusahaan dengan menggunakan 3 fokus pengungkapan, yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial.

2.2.6 Komposisi Dewan Komisaris Independen

Dewan komisaris merupakan suatu mekanisme yang mengawasi dan mekanisme untuk memberikan petunjuk dan arahan pada pengelola perusahaan. Mengingat bahwa manajemen yang bertanggung jawab untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing perusahaan sedangkan dewan komisaris bertanggung jawab untuk mengawasi manajemen, maka dewan komisaris merupakan pusat ketahanan dan kesuksesan perusahaan. Rahmawati (2010) menyatakan bahwa implementasi dari corporate governance dilakukan oleh semua pihak dalam perusahaan, dengan faktor utamanya adalah manajemen puncak yang berwenang untuk menetapkan kebijakan perusahaan dan mengimplementasikan kebijakan tersebut.

Dewan Komisaris dapat terdiri dari komisaris yang tidak berasal dari pihak terafiliasi dikenal sebagai komisari independen dan komisaris yang terafiliasi. Komisaris yang terafiliasi adalah pihak yang mempunyai hubungan bisnis dan

kekeluargaan dengan pemegang saham pengendali, anggota direksi dan dewan komisaris lain, serta dengan perusahaan itu sendiri. Mantan anggota direksi dan dewan komisaris yang terafiliasi serta karyawan perusahaan, untuk jangka waktu tertentu termasuk dalam kategori terafiliasi (KNKG, 2006). Jumlah komisaris independen harus dapat menjamin agar mekanisme pengawasan berjalan secara efektif dan sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Sesuai dengan Peraturan Bank Indonesia (PBI) No.8/14/PBI/2006 pasal 5 yang menyebutkan bahwa paling kurang 50% (lima puluh perseratus) dari jumlah anggota dewan komisaris adalah komisaris independen yang telah memenuhi syarat pelaksanaan GCG yang baik.

Jumlah Komisaris Independen harus dapat menjamin agar mekanisme pengawasan berjalan secara efektif dan sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Sesuai dengan Peraturan Bank Indonesia (PBI) No.8/14/PBI/2006 pasal 5 yang menyebutkan bahwa paling kurang 50 % (lima puluh perseratus) dari jumlah anggota dewan komisari adalah komisaris independen sehingga telah memenuhi syarat pelaksanaan *Good Corporate Governance* yang baik.

Undang-undang No. 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas pasal 108 ayat (5) mengatur anggota dewan komisaris perusahaan terbuka termasuk diantaranya bank-bank yang telah listing di BEI :

“Perseoran yang kegiatan usahanya menghimpun dan atau mengelola dana masyarakat, perseroan yang menerbitkan surat perjanjian utang kepada masyarakat atau jumlah perseroan terbuka memerlukan pengawasan dengan jumlah anggota dewan komisaris yang lebih besar karena menyangkut kepentingan masyarakat.”

2.2.7 Kepemilikan Institusional

Kepemilikan Institusional adalah kepemilikan saham perusahaan yang dimiliki oleh institusi atau lembaga seperti perusahaan asuransi, bank, perusahaan investasi dan kepemilikan institusi lainnya. Pada umumnya kepemilikan institusional bertindak sebagai pihak yang memonitor suatu perusahaan. Investor institusional sering juga disebut dengan investor yang canggih (*sophisticated*) dengan demikian seharusnya dapat lebih baik dalam menggunakan informasi periode sekarang dalam memprediksi laba masa depan dibandingkan dengan investor non institusional (Siswantaya, 2007).

Kepemilikan Institusional memiliki arti penting dalam memonitor manajemen karena dengan adanya kepemilikan oleh institusional akan mendorong peningkatan pengawasan yang lebih optimal (Permanasari, 2010). Pengaruh kepemilikan institusional berfungsi sebagai agen pengawas saham perusahaan atau pemilik mampu menekan manajemen melalui investasi mereka yang cukup besar dalam jumlah saham entitas.

Kepemilikan institusional dalam suatu perusahaan mempunyai keuntungan bagi perusahaan tersebut (Permanasari, 2010). Pertama, dengan adanya kepemilikan institusional, perusahaan tersebut memiliki profesionalisme dalam menganalisis informasi, sehingga dapat digunakan untuk menguji keandalan. Kedua, dengan adanya investor institusional, perusahaan lebih memiliki motivasi yang kuat dan lebih baik untuk melaksanakan pengawasan lebih ketat atas aktivitas yang terjadi di dalam perusahaan.

2.2.8 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan skala yang menentukan besar atau kecilnya perusahaan. Tolok ukur yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan antara lain total penjualan, rata-rata tingkat penjualan, dan total aset. Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi dalam tiga kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium firm*) dan perusahaan kecil (*small firm*). Ukuran perusahaan ini didasarkan pada return on asset perusahaan. Pengelompokan perusahaan atas dasar skala operasi (besar atau kecil) dapat dipakai oleh investor sebagai salah satu variabel dalam menentukan keputusan investasi. Semakin besar ukuran perusahaan maka sumber informasi perusahaan tersedia semakin luas dan mudah di akses oleh public (Murwaningsih, 2006). Dengan demikian ukuran perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam suatu perusahaan dan ukuran perusahaan juga sangat efektif untuk mengetahui bagaimana kualitas suatu perusahaan tersebut.

Perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil, karena perusahaan besar akan menghadapi risiko yang lebih besar di bandingkan perusahaan kecil. Perusahaan yang lebih besar mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan dalam laporan tahunan, yang merupakan media untuk menyebarkan informasi tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan (Untari, 2010). Oleh karena itu dengan diungkapkannya informasi program sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan diharapkan mampu membuat citra perusahaan menjadi semakin baik dan

dapat menarik investor untuk menanamkan sahamnya sehingga *asset* perusahaan pun menjadi semakin meningkat.

2.2.9 Pengaruh Komposisi Dewan Komisaris Independen terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Sembiring (2005) menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris independen, maka semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan pengawasan yang dilakukan akan semakin efektif. Dengan demikian porsi dewan komisaris independen menjadi penting bagi suatu perusahaan karena pengawasan yang baik akan mendorong kinerja yang baik. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya. Ketentuan Bapepam dan Peraturan Bursa Efek Indonesia No. 1-A tanggal 14 Juli terhadap pengendalian yang memberikan pengaruh terhadap manajemen dalam operasi perusahaannya, diantara adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian, tujuan perusahaan untuk mendapatkan legitimasi dari stakeholders dengan mengungkapkan tanggung jawab sosial akan dapat diperoleh karena keberadaan dewan komisaris independen akan memberikan pengendalian dan independen akan memberikan pengendalian dan pengawasan.

Keberadaan dewan komisaris Independen pada industri perbankan di Indonesia diatur dengan Peraturan Bank Indonesia (PBI) No.8/14/PBI/2006 pasal 5 yang menyebutkan bahwa paling kurang 50 % (lima puluh perseratus) dari jumlah anggota dewan komisaris adalah komisaris independen. Ketentuan ini memberikan

pengaruh terhadap pengendalian dan pengawasan terhadap manajemen dalam operasi perusahaannya, diantaranya adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut Nurkhin (2010) aplikasi pengendalian dan pengawasan terhadap manajemen oleh komisaris independen adalah ketika manajemen tidak melakukan aktivitas-aktivitas yang sesuai dengan capaian yang telah ditentukan dan aktivitas lainnya yang dapat memberikan dampak positif terhadap keberlangsungan perusahaan dimasa yang akan datang. Aktivitas yang di maksud adalah pelaksanaan dan pengungkapan aktivitas CSR. Nurkhin (2010) dalam penelitiannya menemukan hasil bahwa elemen *corporate governance* sebagai variabel independen yaitu komponen dewan komisaris independen terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan. Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa dewan komisaris independen memiliki pengaruh yang signifikan bagi perusahaan dalam pengungkapan tanggung jawab sosialnya.

2.2.10 Pengaruh Kepemilikan Institusional Terhadap Pengungkapan

Corporate Social Responsibility

Menurut Arif (2006) dalam Novita Djakman (2008) hubungan antara kepemilikan institusional dan CSR adalah kepemilikan institusional umumnya dapat bertindak sebagai pihak yang memonitor perusahaan. Tingkat kepemilikan institusional yang tinggi akan menimbulkan usaha pengawasan yang lebih besar oleh pihak investor institusional sehingga dapat menghalangi perilaku *opportunistic* manajer. Hal ini menunjukkan bahwa kepemilikan institusional dapat menjadi pendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial.

Kepemilikan Institusional sebagai mekanisme dalam corporate governance dapat meningkatkan kualitas keputusan investasi dalam meningkatkan kualitas keputusan investasi dalam tanggung jawab sosial, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan dalam jangka panjang. Kepemilikan institusional yang semakin besar diharapkan dapat mendorong untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan yang lebih luas.

2.2.11 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Ukuran perusahaan (*size*) merupakan suatu pengklasifikasian besar kecilnya perusahaan. Semakin besar perusahaan cenderung lebih banyak mengungkapkan tanggung jawab sosial daripada perusahaan yang mempunyai skala kecil. Ukuran perusahaan (*size*) sebagai suatu proksi yang digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan mengenai informasi lingkungan suatu perusahaan (Riyadi, 2006). Perusahaan yang memiliki total aktiva besar dan termasuk dalam perusahaan besar akan mengungkapkan lebih banyak informasi dibandingkan dengan total perusahaan yang memiliki total aktiva sedikit dan tergolong perusahaan kecil.

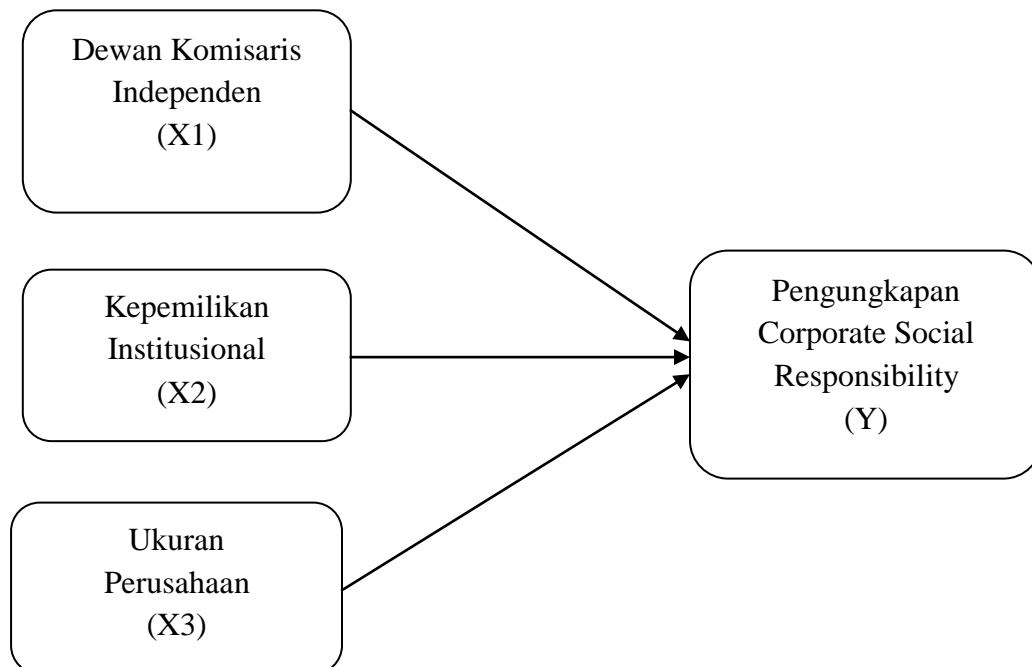
Menurut Cowen et (1987) dalam Sembiring (2005) secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan, dan perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat, mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan, sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial akan semakin luas.

Dengan diungkapkannya informasi program sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan diharapkan mampu membuat citra perusahaan menjadi semakin baik dan dapat menarik investor untuk menanamkan sahamnya sehingga *asset* perusahaan pun menjadi semakin meningkat.

2.3 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini dilakukan guna untuk menguji pengaruh komposisi dewan komisari independen, kepemilikan institusional dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan perbankan konvensional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan seperti berikut ini :



Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan gambar di atas maka komposisi dewan komisaris, kepemilikan institusional dan ukuran perusahaan akan dianalisis pengaruhnya terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan hubungan yang diperkirakan secara logis di antara dua atau lebih variabel yang diungkapkan dalam bentuk pernyataan yang dapat diuji (Sekaran, 2006). Berdasarkan pada landasan teori, penelitian terdahulu dan berdasarkan kerangka pemikiran maka hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H1: Komposisi dewan komisaris independen berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)*.
- H2: Kepemilikan Intitusional berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)*.
- H3: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)*.