

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 *Company Size* (Ukuran Perusahaan)

2.1.1.1 Definisi Perusahaan

Perusahaan merupakan suatu lembaga yang diorganisasikan dan dijalankan untuk menyediakan barang atau jasa untuk masyarakat dengan motif atau insentif keuntungan. Selain sebagai suatu lembaga perusahaan juga merupakan suatu wadah yang diorganisasikan, didirikan dan diterima dalam suatu wadah dalam tata kehidupan masyarakat Yayat (2001:281).”

Menurut Fuad et.al (2006:9) perusahaan adalah:

“Suatu unit kegiatan yang melakukan aktivitas pengelolaan faktor-faktor produksi, untuk menyediakan barang-barang dan jasa bagi masyarakat, mendistribusikannya, serta melakukan upaya-upaya lain dengan tujuan memperoleh keuntungan dan memuaskan kebutuhan masyarakat.”

Umar (2008:4) mendefinisikan perusahaan yaitu:

“Perusahaan diartikan sebagai sebuah organisasi yang memproses sebuah keahlian dan sumber daya ekonomi menjadi barang atau jasa untuk memuaskan atau memenuhi kebutuhan para pembeli dengan harapan memberikan laba bagi para pemiliknya.

Dari definisi di atas dapat diartikan bahwa Perusahaan merupakan sebuah lembaga yang diorganisasikan untuk memproses keahlian dan menghasilkan suatu barang maupun jasa, untuk memberikan kepuasan pada pembeli dan memberikan keuntungan bagi pemiliknya.

2.1.1.2 Aset

2.1.1.2.1 Definisi Aset

Pengertian Aset Menurut SAK No. 19 menjelaskan aset adalah sebagai berikut:

“Aset adalah sumber daya yang :

- a. Dikendalikan oleh perusahaan akibat peristiwa masa lalu: dan
- b. Bagi perusahaan diharapkan akan menghasilkan manfaat ekonomis di masa depan”

Menurut Halim (111:2007) sebagai berikut:

“Aset adalah Sumber daya ekonomi yang dikuasai dan atau dimiliki oleh pemerintah atau perusahaan sebagai akibat atau peristiwa masa lalu dan dari mana manfaat ekonomi dan atau sosial dimasa depan diharapkan dapat diperoleh, baik oleh pemerintah, perusahaan maupun masyarakat, serta dapat diukur dalam satuan uang, termasuk sumber daya non-keuangan yang diperlukan untuk menyediakan jasa bagi masyarakat umum dan sumber-sumber daya yang dipelihara karena alasan sejarah dan budaya.”

Dari definisi di atas aset dapat diartikan sebagai sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan akibat oleh kegiatan dimasa lalu dan dikendalikan oleh perusahaan dan diharapkan dapat memberikan manfaat ekonomis bagi perusahaan, pemerintah dan masyarakat dimasa yang akan datang.

2.1.1.2.2 Jenis Aset

Aset dibagi menjadi 2 yaitu Aset Tidak lancar atau Aset Tetap dan Aset Lancar, berikut penjelasannya:

1. Aset Tidak Lancar atau Aset Tetap

Menurut Manurung (2011:91) aktiva tetap adalah semua jenis aktiva yang akan dibeli atau diperoleh perusahaan untuk digunakan dalam kegiatan operasi/ bisnisnya dalam waktu yang panjang.

Menurut Rusdianto (2012:265) Aset Tetap adalah barang berwujud milik perusahaan yang sifatnya relatif permanen dan digunakan dalam kegiatan normal perusahaan, bukan untuk diperjualbelikan.

Martini (2012:271) menjelaskan Aset tetap sebagai berikut:

“Aset Tetap (*Fixed asset*) adalah aset berwujud yang dimiliki untuk digunakan dalam produksi atau penyediaan barang atau jasa untuk direntalkan kepada pihak lain, atau untuk tujuan administratif dan diharapkan untuk digunakan selama lebih dari satu periode.”

Menurut PSAK 16 dalam (2014:495) kriteria Aset Tetap perusahaan adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki bentuk fisik dan dengan demikian merupakan aset berwujud.
- b. Dimiliki dan digunakan oleh perusahaan dalam kegiatan operasional perusahaan.
- c. Tidak dimaksudkan untuk dijual sebagai dari kegiatan operasi.

Menurut Manurung (2011:92) ada tiga jenis Aktiva Tetap atau Aset Tak Lancar yaitu:

1) Aktiva Tetap Berwujud (*tangible assets*)

Aktiva tetap yang manfaatnya cukup panjang dan memiliki wujud secara fisik. Contohnya: tanah dan bangunan.

2) Aktiva Tetap Tidak Berwujud (*intangible assets*)

Aktiva tetap yang manfaatnya cukup panjang, namun tidak berwujud secara fisik contohnya: Hak Paten, Merek Dagang.

3) Sumber Daya Alam

Area-area tertentu yang diperoleh untuk menggali dan mengeksplorasi sumber daya alam. Contohnya: Minyak bumi dan Mineral

2. Aset Lancar

Menurut SAK No. 1 menjelaskan bahwa Aset lancar adalah sebagai berikut:

“Suatu aset dapat diklasifikasikan sebagai aset lancar, jika aset tersebut:

- a. Diperkirakan akan direalisasi dan dimiliki untuk dijual atau digunakan dalam jangka waktu siklus operasi normal perusahaan: atau
- b. Dimiliki untuk diperdagangkan atau untuk tujuan jangka pendek dan diharapkan akan direalisasi dalam jangka waktu 12 (dua belas) bulan dari tanggal neraca: atau
- c. Berupa kas atau setara kas yang penggunaannya tidak dibatasi.”

Aset yang diklasifikasikan ke dalam Aset lancar adalah sebagai berikut:

a) Kas dan Setara Kas

Kas adalah aset keuangan yang digunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Kas merupakan aset yang paling likuid karena dapat digunakan untuk membayar kewajiban perusahaan.

b) Piutang

Menurut Manurung (2011:67) Piutang adalah jumlah tagihan dari perusahaan terhadap pelanggan berdasarkan penjualan kredit yang telah dilakukan sebelumnya.

c) Persediaan

Persediaan menurut PSAK No.14 dalam Martini (2012:245) merupakan aset yang:

- a. Tersedia untuk dijual dalam kegiatan usaha biasa:

- b. Dalam proses produksi untuk penjualan tersebut
- c. Dalam bentuk bahan atau perlengkapan untuk digunakan dalam proses produksi atau pemberi jasa.
- d) Uang dibayar dimuka

2.1.1.3 Definisi *Company Size* (Ukuran Perusahaan)

Torang (2012:93) mendefinisikan Ukuran Perusahaan sebagai Ukuran organisasi adalah menentukan besarnya jumlah anggota yang berhubungan dengan pemilihan cara pengendalian kegiatan dalam usaha mencapai tujuan.

Menurut Riyanto (2008:313) Ukuran Perusahaan adalah:

“Ukuran Perusahaan merupakan besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai *equity*, nilai penjualan, atau nilai aktiva.”

Sedangkan menurut Yogyanto (2007:75) sebagai berikut:

“Ukuran Perusahaan adalah ukuran atau besarnya aset yang dimiliki oleh perusahaan. Variabel ukuran aktiva (*asset size*), diukur sebagai logaritma dari total aktiva. Ukuran aktiva di pakai sebagai wakil pengukur (*proxy*) besarnya perusahaan.”

menurut Scott (1981:235) dalam Torang (2012:93) Ukuran Organisasi adalah:

“ukuran organisasi merupakan suatu variabel konteks yang mengukurtuntutan pelayanan atau produk organisasi”

Berdasarkan definisi di atas, bahwa Ukuran Perusahaan merupakan skala yang menunjukkan besar, atau kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai *equity*,

nilai penjualan atau nilai aktiva untuk dijadikan sebagai pengendalian dalam mencapai tujuan.

2.1.1.4 Kategori *Company Size* (Ukuran Perusahaan)

UU No.20 Tahun 2008 mengkategorikan atau mengklasifikasikan Ukuran Perusahaan ke dalam 4 kategori yaitu, Usaha Mikro, Usaha Kecil, Usaha Menengah dan Usaha Besar. Pengklasifikasian *Company Size* (Ukuran Perusahaan) tersebut, didasarkan pada Total Aset dan Total Penjualan tahunan perusahaan tersebut. Adapun kriteria Ukuran perusahaan menurut UU No. 20 Tahun 2008 di uraikan dalam Tabel 2.1

Tabel 2.1
Kriteria Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan	Kategori	
	Aset (Tanah dan Bangunan) (dalam Rupiah)	Penjualan Pertahun (dalam Rupiah)
Usaha Mikro	Maksimal 50 Juta	Maksimal 300 Juta
Usaha Kecil	> 50 Juta - 500 Juta	>300 Juta - 2,5 M
Usaha Menengah	> 500 Juta - 10 M	>2,5 M - 50 M
Usaha Besar	> 10 M	> 50 M

UU No.20 Tahun 2008 mendefinisikan Usaha Mikro, Usaha Kecil, Usaha Menengah dan Usaha Besar sebagai berikut:

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam perundang-undangan ini.

2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memiliki kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
3. Usaha Menengah Usaha adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
4. Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan usaha di Indonesia.

Selain itu terdapat juga komponen yang dapat digunakan dalam menentukan tingkat perusahaan. Menurut keputusan ketua BAPEPAM No. IX.C7 komponen Ukuran Perusahaan yang bias di pakai dalam menentukan tingkat perusahaan adalah:

1. Tenaga Kerja

Merupakan jumlah pegawai tetap dan kontraktor yang terdaftar atau bekerja pada suatu saat tertentu.

2. Tingkat Penjualan

Merupakan Volume Penjualan suatu perusahaan pada suatu periode tertentu misalnya Satu Tahun.

3. Total Utang Ditambah Dengan Nilai Pasar Saham Biasa

Merupakan Jumlah utang dan Nilai pasar saham biasa perusahaan Pada suatu periode atau tanggal tertentu.

4. Total Aset

Merupakan keseluruhan aktiva yang dimiliki oleh perusahaan pada saat tertentu.

2.1.1.5 Metode Pengukuran Ukuran Perusahaan

Menurut Yogyanto (2007:282) Pengukuran Ukuran Perusahaan adalah Ukuran aktiva digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan, ukuran aktiva tersebut diukur sebagai logaritma dari total aktiva.

Sedangkan menurut Harahap (2007:23) menyatakan Pengukuran Ukuran Perusahaan adalah sebagai berikut:

“Ukuran Perusahaan diukur dengan logaritma natural (\ln) dari rata-rata total aktiva (total assets) perusahaan. Penggunaan total aktiva berdasarkan pertimbangan bahwa total aktiva mencerminkan ukuran perusahaan dan diduga mempengaruhi ketepatan waktu.”

Pengukuran *Company Size* (Ukuran Perusahaan) diukur dengan logaritma total aset perusahaan (Alexander, 2006 dalam Febrina dan IGN Agung Suaryana, 2011)

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Total Aset}$$

Ukuran aktiva tersebut diukur sebagai logaritma dari total aktiva. Logaritma digunakan untuk memperhalus *asset* karena nilai dari *asset* tersebut yang sangat besar dibanding variabel keuangan lainnya.

2.1.2 Leverage

2.1.2.1 Utang

2.1.2.1.1 Definisi Utang

Menurut Munawir (2010:18) mendefinisikan Hutang adalah semua kewajiban keuangan perusahaan kepada pihak lain yang belum terpenuhi, dimana hutang ini merupakan sumber dana atau modal perusahaan yang berasal dari kreditor.

Menurut Manurung (2011:79) Utang merupakan kewajiban yang timbul akibat transaksi yang telah terjadi dimasa lalu.

Dari definisi di atas Utang dapat diartikan sebagai kewajiban keuangan perusahaan yang timbul akibat transaksi dimasa lalu dan merupakan sumber dana atau modal perusahaan dimasa yang akan datang dan memberi manfaat bagi perusahaan.

2.1.2.1.2 Jenis Utang

Utang diklasifikasikan ke dalam 2 bagian yaitu:

1. Utang Jangka Pendek (*Current Liabilities*)

Menurut Warren dan James (2014:543) Utang lancar atau Utang jangka pendek merupakan kewajiban yang akan dibayarkan dari aset lancar dan jatuh tempo dalam waktu singkat (Biasanya dalam satu tahun atau satu siklus akuntansi).

Menurut Manurung (2011: 80) Utang Jangka Pendek adalah utang yang harus segera dibayar dalam jangka waktu kurang dari atau sama dengan 1 tahun.

SAK No. 1 menjelaskan bahwa:

“Suatu kewajiban dapat diklasifikasikan ke dalam utang jangka pendek atau kewajiban jangka pendek, jika:

- a. Diperkirakan akan diselesaikan dalam jangka waktu siklus normal operasi perusahaan; atau
- b. Jatuh tempo dalam jangka waktu dua belas bulan dari tanggal neraca.

Utang yang dapat dikelompokkan ke dalam utang jangka pendek adalah:

- Utang Usaha
Merupakan kewajiban jangka pendek yang harus dibayar kepada pemasok/*Supplier* atas pembelian kredit berupa barang atau jasa tertentu.
- Wesel Bayar
Surat perjanjian tertulis yang biasanya dibuat ketika perusahaan meminjam uang kepada perusahaan/ lembaga lain.
- Utang Gaji/ Upah
Kewajiban pemberi kerja (majikan) atas jumlah jam kerja yang telah dilaksanakan oleh karyawan, namun belum dibayar.
- Pendapatan diterima dimuka.

2. Utang Jangka Panjang (*Long Term Liabilities*)

Menurut Warren dan James (2014:543) Liabilitas Jangka Panjang adalah utang dengan periode jatuh tempo lebih dari satu tahun.

Menurut Manurung (2011: 82) Utang jangka Panjang adalah utang yang tidak harus dibayar segera, tetapi harus dilunasi sebelum jangka waktunya berakhir yang biasanya lebih dari 1 tahun.

Utang yang dapat dikelompokkan ke dalam utang jangka panjang adalah:

- Wesel bayar dengan cicilan
Pinjaman dana dalam jumlah yang cukup besar dan tidak sanggup melunasinya secara langsung (total), maka pilihannya adalah membayar utang tersebut secara dicicilan/ angsuran.
- Utang Hipotik
Utang yang harus dijamin dengan harta tidak bergerak, berkaitan dengan perolehan dana dari pinjaman yang dijamin dengan harta tetap.

2.1.2.2 Definisi *Leverage Ratio*

Pengertian *Leverage ratio* Menurut Munawir (2010:70) merupakan rasio yang menunjukkan sejauh mana perusahaan dibiayai oleh utang. Rasio ini juga menunjukkan indikasi tingkat keamanan dari para pemberi pinjaman (Kreditur)".

Kasmir (2013:151) mendefinisikan *Leverage* sebagai berikut:

"*Leverage Ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai oleh utang. Artinya berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivasnya. Dalam artian luas dikatakan bahwa rasio leverage atau rasio solvabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (dilikuidasi)"

Menurut Irham Fahmi, (2013:127) Pengertian Rasio *Leverage* adalah:

"Rasio *Leverage* adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena akan masuk ke dalam kategori ekstrim leverage, yaitu perusahaan

terjebak dalam tingkat utang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut. Karena itu perusahaan sebaiknya harus menyeimbangkan berapa utang yang layak diambil dan darimana pinjaman yang dapat di pakai untuk membayar utang.”

Dari definisi-definisi diatas dapat disimpulkan bahwa rasio Leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengetahui sejauhmana perusahaan dibiayai oleh utang dan rasio yang digunakan sebagai pengendalian perusahaan dalam mengambil pinjaman dan jumlah pinjaman agar perusahaan tidak masuk dalam kategori *extrime leverage*(hutang ekstrim).

2.1.2.3 Tujuan dan Manfaat *Leverage Ratio*

Menurut Kasmir (2013:153) tujuan perusahaan menggunakan rasio Leverage yaitu:

1. “Untuk Mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya (Kreditor).
2. Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga);
3. Untuk menilai keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal;
4. Untuk menilai seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh hutang;
5. Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva;
6. Untuk menilai atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang.
7. Untuk menilai beberapa dana pinjaman yang segera akan ditagih, terdapat sekian kalinya modal sendiri yang dimiliki; dan
8. Tujuan lainnya.”

Sementara itu, manfaat Rasio Leverage adalah:

1. “Untuk menganalisis kemampuan posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya;

2. Untuk menganalisis kemampuan perusahaan melalui kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga);
3. Untuk menganalisis keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal;
4. Untuk menganalisis seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang;
5. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva;
6. Untuk menganalisis atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang;
7. Untuk menganalisis beberapa dana pinjaman yang segera akan ditagih, terdapat sekian kalinya modal sendiri yang dimiliki; dan
8. Manfaat lainnya.
Intinya adalah dengan analisis *Leverage Ratio*, perusahaan akan mengetahui beberapa hal terkait dengan penggunaan modal sendiri dan modal pinjaman serta mengetahui rasio kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya. Setelah diketahui manajer keuangan dapat mengambil kebijakan yang dianggap perlu guna menyeimbangkan penggunaan modal. Akhirnya, dari rasio ini kinerja manajemen selama ini akan terlihat apakah sesuai tujuan perusahaan atau tidak.”

2.1.2.4 Metode Pengukuran Rasio Leverage

Menurut Kasmir (2013:155) menyatakan bahwa biasanya penggunaan rasio *Leverage* disesuaikan dengan tujuan perusahaan. Menurut Fahmi (2013:127) secara umum terdapat 5 jenis metode pengukuran rasio leverage yang sering digunakan yaitu:

1. “*Debt to asset ratio (debt ratio)*”
2. *Debt to equity ratio*
3. *Time Interest Earned*
4. *Fixed charge coverage*
5. *Long term debt equity ratio*”

Berikut ini uraian penjelasan mengenai jenis-jenis rasio *Leverage* antara lain:

1. “*Debt to Asset Ratio (Debt Ratio)*”

Debt ratio merupakan rasio utang yang digunakan untuk melihat perbandingan utang perusahaan artinya perbandingan antara total utang dengan total aktiva (Fahmi, 2013:127). Rasio ini dapat di hitung dengan rumus:

$$\text{Debt to Total Assets Ratio} = \frac{\text{Total Debt (utang)}}{\text{Total Assets}}$$

2. *Debt to Equity Ratio*

Debt to Equity Ratio merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh utang, termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan. Dengan kata lain, rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang. Rasio ini dapat di hitung dengan rumus:

$$\text{Debt to Total Assets Ratio} = \frac{\text{Total utang (debt)}}{\text{Ekuitas (Equity)}}$$

3. *Time Interest Earned*

Rasio ini disebut juga rasio kelipatan. *Time Interest Earned* merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar bunga, atau mengukur seberapa jauh laba dapat berkurang tanpa perusahaan mengalami kesulitan keuangan (*Financial Distress*), karena tidak mampu membayar bunga. Rasio *Time Interest Earned* dapat di hitung dengan menggunakan rumus berikut ini:

$$\text{TIE} = \frac{\text{Laba sebelum bunga \& pajak (EBIT)}}{\text{Bunga}}$$

4. *Fixed Charge Coverage*

Rasio *Fixed Charge Coverage* menyerupai rasio *Time Interest Earned*, hanya saja terdapat perbedaannya yaitu Rasio ini dilakukan apabila perusahaan memperoleh utang jangka panjang atau menyewa aktifa berdasarkan kontrak sewa (*Lease Contract*). Rasio *Fixed cahanger coverage* ini mengukur seberapa besar perusahaan mampu untuk menutup beban tetapnya termasuk pembayaran deviden, saham Preferen, bunga, angsuran pinjaman dan sewa. Rasio *Fixed cahanger coverage* dapat di hitung dengan menggunakan rumus berikut ini:

$$\text{FixedChargeCoverage} = \frac{\text{EBT} + \text{BiayaBunga} + \text{KewajibanSewa}}{\text{Bunga} + \text{KewajibanSewa}}$$

5. *Long Term Debt Equity Ratio*

Long term debt equity ratio merupakan rasio antara utang jangka panjang dengan modal sendiri. Tujuannya adalah untuk mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang dengan cara membandingkan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri yang disediakan oleh perusahaan. Rumus rasio ini adalah dengan membandingkan utang jangka panjang dengan modal sendiri, yaitu:

$$\text{Long term debt to equity ratio} = \frac{\text{Long term debt}}{\text{Equity}}$$

Metode pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah rasio *Debt to equity Ratio* untuk menghitung *Leverage* karena *Debt to equity Ratio* digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas dengan cara membandingkan seluruh utang dengan seluruh ekuitas dan rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang.

2.1.3 Institutional Ownership (Kepemilikan Institusional)

2.1.3.1 Corporate Governance (CG)

2.1.3.1.1 Definisi Corporate Governance (CG)

Corporate Governance (CG) menurut Forum *Corporate Governance* Indonesia (FCGI) Gildeon, 2005 dalam Rahmawati (2012:167) mendefinisikan bahwa:

“*Corporate Governance* sebagai seperangkat peraturan yang menetapkan hubungan antara pemegang saham, pengurus, pihak kreditur, pemerintah, karyawan serta peran pemegang kepentingan intern atau ekstern lainnya

sehubungan dengan hak-hak dan kewajiban mereka atau dengan kata lain system yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan.”

Menurut Jemsly dan Martani (2006:47) *Corporate Governance (CG)* atau Tata kelola perusahaan ialah:

“tata kelola perusahaan adalah suatu sistem atau cara maupun proses yang mengatur dan mengendalikan hubungan antara pihak manajemen (pengelola) dengan seluruh pihak yang berkepentingan (*stakeholders*) terhadap perusahaan mengenai hak-hak dan kewajiban mereka, yang bertujuan untuk menciptakan nilai tambah bagi semua pihak yang berkepentingan.”

Menurut Soekrisno Agus (2006) dalam Sukrisno Agus dan I Cenik Ardana (2011:101) *Good Corporate Governance* yaitu:

“Sebagai suatu sistem yang mengatur hubungan peran Dewan komisaris, peran Direksi, pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya. Tata kelola perusahaan yang baik juga disebut sebagai suatu proses yang transparan atas penentuan tujuan perusahaan dan penilaian kinerjanya.”

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa *Corporate Governance (CG)* merupakan suatu sistem yang mengatur dan menetapkan hubungan pihak manajemen dengan seluruh pihak yang berkepentingannya dan dapat melindungi kepentingannya dari ekspropriasi yang dilakukan oleh pihak lain.

2.1.3.1.2 Prinsip-prinsip *Corporate Governance*

Dalam Jemsly dan Martani(2006: 48) *Corporate Governance (CG)* atau Tata Kelola Perusahaan mempunyai lima prinsip dasar yaitu sebagai berikut:

- a. “Transnparansi yaitu keterbukaan dalam proses dan pengungkapan informasi, kinerja perusahaan secara akurat.
- b. Independensi yaitu kebebasan melaksanakan tugas dan kewenangan tanpa tekanan pihak lain.

- c. Keadilan yaitu keadilan dan kesetaraan pelakuan terhadap para *Stakeholder*
- d. Akuntabilitas yaitu pengelolaan perusahaan sesuai dengan tugas dan kewenangan yang didasari itikad baik.
- e. Tanggung Jawab yaitu pertanggungjawaban kepada Stakeholders sesuai peraturan dan etika usaha yang berlaku.”

Organization for Economic Co-Operation and Development (OECD) dalam Tunggal (2013:159) telah mengembangkan prinsip-prinsip Corporate Governance dalam *The OECD Principles of Corporate Governance*, berikut lima hal yang terkait prinsip –prinsip *Corporate Governance*:

1. “Perlindungan terhadap hak-hak pemegang saham
 Kerangka kerja *Corporate Governance* harus dapat melindungi hak-hak pemegang saham.
 - A. Hak-hak pemegang saham mencakup:
 - 1) Metode yang aman dalam pencatatan kepemilikan (*Ownership registration*);
 - 2) Mengalihkan (*Convey*) atau pemindahan saham;
 - 3) Memperoleh informasi yang relevan tentang perusahaan pada waktu yang tepat dan berkala;
 - 4) Berpartispasi dan member suara dalam rapat umum pemegang saham (RUPS);
 - 5) Memilih dewan komisaris (*board of directors*);
 - 6) Mendapatkan pembagian laba perusahaan;
 - B. Pemegang saham mempunyai hak untuk berpartisipasi dalam, dan secara memadai diberi informasi tentang keputusan yang berkaitan dengan perubahan perusahaan yang fundamental seperti:
 - 1) Perubahan anggaran dasar (*statute atau articles of incorporation*) atau dokumen sejenis dari perusahaan.
 - 2) Otoritas tambahan saham; dan
 - 3) Transaksi-transaksi yang luar biasa sebagai akibat dari penjualan perusahaan.
 - C. Pemegang saham harus mempunyai kesempatan untuk berpartisipasi secara efektif dan memberi suara dalam rapat umum pemegang saham (*general shareholder meeting*) dan harus diberi informasi tentang aturan-aturan, mencakup prosedur pemberian suara, yang mempengaruhi rapat umum pemegang saham yaitu:
 - 1) Para pemegang saham harus dilengkapi dengan informasi yang memadai dan tepat waktu yang berkaitan dengan tanggal, tempat, dan

- agenda rapat umum, dan juga informasi yang lengkap dan tepat waktu tentang masalah masalah yang akan diputuskan dalam rapat.
- 2) Peluang harus di beri kepada pemegang saham untuk menanyakan tentang dewan komisaris dan mencantumkan hal-hal dalam rapat agenda umum, dengan bertanggung kepada pembatasan-pembatasan yang masuk akal.
 - 3) Pemegang saham harus dapat member suara secara pribadi atau *in absentia*, dan pengaruh yang sama harus di berikan terhadap suara apakah di lakukan secara pribadi atau *in absentia*.
- D. Struktur modal yang memungkinkan pemegang saham tertentu untuk memperoleh suatutingkat pengadilan yang tidak seimbang atau sepadan dengan kepemilikan ekuitas mereka harus diungkapkan.
- E. *Markets for Corporate control* harus dapat berfungsi dalam keadaan yang efisien dan transparan.
- 1) Aturan-aturan dan prosedur-prosedur yang mempengaruhi ekuisisi tentang keadilan korporat dalam pasar modal, dan transaksi-transaksi yang luar biasa seperti *merger* dan penjualan porsi yang substansi dari aktiva korporat, harus secara jelas di ungkapkan agar investor memahami hak mereka. Transaksi harus terjadi pada harga yang transparan dan di bawah kondisi yang wajar yang melindungi hak dari seluruh pemegang saham sesuai dengan kelompoknya.
 - 2) Alat-alat yang anti pengambilalihan seharusnya tidak digunakan untuk melindungi manajemen dari akuntabilitas/tanggung jawab.
- F. Pemegang saham, termasuk investor kelembagaan, harus mempertimbangkan biaya dan manfaat untuk melaksanakan hak pemberian suara (*voting rights*).
2. Persamaan Perlakuan terhadap seluruh pemegang saham
Kerangka kerja *corporate governance* harus memastikan perlakuan yang sama (*equitable treatment*) terhadap seluruh pemegang saham, mencakup pemegang saham minoritas dan pemegang saham asing. Semua pemegang saham harus mempunyai kesempatan untuk memperoleh ganti rugi pelanggan.
Peranan pemangku kepentingan terkait dengan perusahaan (*the Role of stakeholders*) kerangka kerja *corporate governance* harus memberikan pengakuan terhadap hak-hak pemangku kepentingan dalam langkang menciptakan lapangan kerja, kesejahteraan, kesinambungan usaha (*going concern*)
 3. Pengungkapan dan Transparansi (*Disclosure and transparency*)
Kerangka yang di bangun dalam *corporate governance* harus menjamin adanya pengungkapan yang tepat waktu dan akurat untuk setiap permasalahan berkaitan dengan perusahaan. informasi yang diungkapkan harus disusun, diaudit, dan disajikan sesuai dengan standar yang berkualitas tinggi. Manajemen juga

diharuskan untuk meminta auditor eksternal (kantor akuntan public) melakukan audit yang bersifat independen atas laporan keuangan.

4. Tanggung jawab dewan komisaris atau direksi (*the responsibilities of the board*) kerangka yang dibangun dalam *corporate governance* harus menjamin adanya pedoman strategis perusahaan, pengawasan yang efektif terhadap manajemen oleh dewan komisaris, dan bertanggung jawaban dewan komisaris terhadap perusahaan dan pemegang saham. Prinsip ini juga memuat kewenangan-kewenangan serta kewajiban-kewajiban profesional dewan komisaris kepada pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya”.

Corporate Governance berfungsi untuk mengatur perusahaan lebih terarah dan terkendali dalam mencapai tujuan, pengaturan hak, dan kewajiban dalam mencapai keseimbangan kewenangan dan pertanggungjawaban kepada pihak-pihak yang berkepentingan (Risky dan Siti, 2009). *Corporate Governance* berfungsi mengatur pembagian tugas agar berkaitan dengan bagaimana para investor yakin bahwa manajer tidak akan mencuri/menggelapkan atau menginvestasikan kedalam proyek-proyek yang tidak menguntungkan dan berkaitan dengan dana atau capital yang telah ditanamkan investor, serta bagaimana para investor mengontrol para manajer (Sheilfer dan Vishny dalam Iturriaga dan Hoffman 2005 dalam Rahmawati (2012:167).

Mekanisme *Corporate Governance* ada 2 yaitu Mekanisme Internal dan eksternal. Mekanisme eksternal menurut Jensen dalam Iturriaga dan Hoffman (2005) dalam Rahmawati (2012:170) Mekanisme Eksternal adalah mekanisme pasar untuk control perusahaan, sedangkan Mekanisme Internal merupakan mekanisme di dalam perusahaan seperti struktur modal, struktur kepemilikan, kebijakan deviden, dan dewan pengurus direktur yang dijamin ada pada disiplin manajer perusahaan.

Mekanisme *Corporate Governance* dibagi menjadi dua kelompok. Pertama *internal Mechanisms* (Mekanisme Internal) seperti Kepemilikan Manajerial, Kompensasi eksekutif, kepemilikan Institusional, dan Komposisi dewan komisaris. Kedua, *External Mechanisms* (Mekanisme Eksternal) seperti pengendalian oleh pasar dan level *debt Financing* (Barnhart & Rosenstein, 1998 dalam Herawaty, 2008)

2.1.3.1.3 Manfaat dan Tujuan *Corporate Governance*

Menurut Tungal (2013:157) *Corporate Governance* yang baik diakui membantu “mengebalkan” perusahaan dari kondisi-kondisi yang tidak menguntungkan, dalam hal *Corporate Governance* yang baik yang telah terbukti juga meningkatkan kinerja korporat sampai 30% diatas tingkat kembalian (*Rate of Return*) yang normal. Penerapan *Corporate Governance* yang baik memberi manfaat sebagai berikut:

- a. “Perbaikan dalam komunikasi
- b. Meminimalisasi potensi peraturan.
- c. Fokus pada strategi-strategi utama.
- d. Peningkatan dalam produktivitas dan efisiensi
- e. Kestinambungan manfaat (*Sustainability of benefits*)
- f. Promosi citra Corporate (*Corporate Image*)
- g. Peningkatan keputusan pelanggan
- h. Perolehan kepercayaan investor”

Manfaat *Good Corporate Governance (GCG)* atau Tata Kelola Perusahaan menurut Jemsly dan Martani (2006:48) ialah:

1. “meningkatkan kinerja perusahaan melalui terciptannya proses pengambilan keputusan yang lebih baik, meningkatkan efisiensi operasional perusahaan serta lebih meningkatkan pelayanan kepada pihak yang berkepentingan (*Stakeholder*)

2. Mempermudah diperolehnya dana pembiayaan yang lebih murah dan tidak rigid (karena faktor kepercayaan) yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan (*Corporate Value*)
3. Meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya.”

Menurut *The Forum for Corporate Governance in Indonesia* dalam Tunggal (2013:158) manfaat dari *Corporate Governance* yang baik adalah:

- a. “Lebih mudah memperoleh laba
- b. Biaya modal (*Cost of Capital*) yang lebih rendah
- c. Memperbaiki kinerja Usaha
- d. Mempengaruhi harga saham
- e. Memperbaiki kinerja ekonomi”

Indar Suryana dan Ivan Yustiavandana (2007) dalam Sukrisno Agus dan I Cenic Ardana (2009:106) mengatakan bahwa tujuan dan manfaat dari penerapan GCG adalah:

1. “Mempermudah akses terhadap investasi domestik maupun asing
2. Mendapatkan biaya modal (*Cost of capital*) yang lebih murah.
3. Memberikan keputusan yang lebih baik dalam meningkatkan kinerja ekonomi perusahaan
4. Meningkatkan keyakinan dan kepercayaan dari para pemangku kepentingan terhadap perusahaan.
5. Melindungi direksi dan komisaris dari tuntutan hukum.”

2.1.3.1.4 Unsur-unsur *Corporate Governance*

Menurut Adrian (2012:42) Terdapat unsur-unsur *Corporate Governance* yang berasal dari dalam perusahaan, serta unsur-unsur yang ada di luar perusahaan.

Diantaranya sebagai berikut:

1. “*Corporate Governance* - Internal Perusahaan
Unsur-unsur yang berasal dari dalam perusahaan ialah:
 - a. Pemegang Saham
 - b. Direksi

- c. Dewan Komisaris
- d. Manajer
- e. Karyawan/ Serikat Pekerja
- f. Sistem Remunerasi Berdasarkan Kinerja
- g. Komite Audit

2. *Corporate Governance* - Eksternal Perusahaan

Unsur-unsur yang berasal dari dalam perusahaan adalah sebagai berikut:

- a. Kecukupan undang-undang dan perangkat hukum
- b. Investor
- c. Institusi penyedia Informasi
- d. Akuntan Publik
- e. Institusi yang memihak kepentingan publik bukan golongan
- f. Pemberian Pinjaman
- g. Lembaga yang menghasilkan legalitas”

Menurut Tunggal (2013:184) Unsur-Unsur *Corporate Governanace* yang

baik terdiri atas:

1. “Pemegang saham
Pemegang saham (*Stakeholders*) adalah individu atau institusi yang mempunyai taruhan vital (*vital stake*) dalam perusahaan. *Corporate Governanace* harus melindungi hak-hak pemegang saham. Seperti diuraikan dan dikemukakan tentang prinsip-prinsip *Corporate Governanace*, hak-hak pemegang saham diantaranya adalah:
 - Mengamankan registrasi dari kepemilikan
 - Menyerahkan atau memindahkan saham
 - Mendapatkan informasi yang relevan secara tepat waktu dan kontinu
 - Ikut serta dan memiliki hak suara dalam rapat umum pemegang saham.
 - Memperoleh bagian atas keuntungan perusahaan.
2. Komisaris dan Direksi
Di Indonesia Dewan komisaris merupakan faktor sentral dalam *Corporate Governanace* karena hukum perseroan menempatkan tanggung jawab legal atas urusan suatu perusahaan kepada *Board of Directors*. *Board of Directors* menetapkan korporat, menegembangkan kebijakan yang luas dan memilih personel tingkat atas untuk melaksanakan sasaran dan kebijakan tersebut.
3. Komite Audit
4. Sekertaris Perusahaan

Sekretaris perusahaan harus dilaksanakan oleh salah seorang direktur perusahaan tercatat atau pejabat perusahaan tercatat yang khusus ditunjuk untuk menjalankan perusahaan tercatat yang khusus ditunjuk untuk menjalankan fungsi tersebut. Sekretaris perusahaan bukan merupakan direktur perusahaan tercatat yang bersangkutan, maka direksi perusahaan tercatat harus bertanggung jawab atas setiap informasi yang disampaikan oleh sekretaris perusahaan.

5. **Manajer dan Karyawan**
Pekerja, khususnya yang mewakili serikat pekerja atau mereka yang memiliki saham dalam perusahaan dapat mempengaruhi kebijakan tata kelola perusahaan tertentu.
6. **Auditor Eksternal dan Auditor Internal**
Audit eksternal bertanggung jawab memberikan opini/ pendapat terhadap laporan keuangan perusahaan. Laporan auditor independen adalah ekspresi dari opini profesional mereka mengenai laporan keuangan. Meskipun laporan keuangan adalah tanggung jawab manajemen, auditor independen bertanggung jawab untuk menilai kewajaran pernyataan manajemen dalam laporan melalui audit mereka.
7. **Stakeholders Lainnya.** (Pemerintah, Kreditor dan lain-lain)
Pemerintah terlibat dalam *Corporate Governance* melalui hukum dan peraturan perundang-undangan. Selain itu, kreditor yang memberikan pinjaman juga mempengaruhi kebijakan perusahaan.”

2.1.3.2 Definisi *Institutional Ownership* (Kepemilikan Institusional)

Kepemilikan Institusional merupakan saham perusahaan yang dimiliki oleh Institusi atau Lembaga (Perusahaan Asuransi, Bank, Perusahaan Investasi dan Kepemilikan Institusi Lain) (Enggar Fibria, 2013).

Definisi lain juga dikemukakan oleh Yulius dan Yeterina (2013) yang menyatakan bahwa Kepemilikan Institusional ialah:

“Kepemilikan Institusional merupakan proporsi kepemilikan saham oleh institusi seperti LSM, Perusahaan Swasta, Perusahaan efek Dana Pensiun, Perusahaan Asuransi, Bank, dan perusahaan-perusahaan investasi “

Kepemilikan Institusional adalah proporsi saham yang dimiliki oleh pihak institusi pada akhir tahun yang diukur dengan persentase (Listyani 2003) tingkat saham institusional yang tinggi akan menghasilkan upaya-upaya pengawasan yang lebih intensif sehingga dapat membatasi *opportunistic* manager, yaitu manajer melaporkan laba secara oportunistik untuk memaksimalkan kepentingan pribadinya (Scot, 2000 dalam Sisca 2008).

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kepemilikan institusional merupakan kepemilikan saham yang dimiliki oleh pihak lain yang memiliki kerja sama dengan perusahaan terkait.

2.1.3.3 Metode pengukuran *Institutional Ownership* (Kepemilikan Institusional)

Metode Pengukuran *Institutional Ownership* (Kepemilikan Institusional) dengan menggunakan rasio antara jumlah lembar saham yang dimiliki oleh institusi terhadap jumlah lembar saham perusahaan yang beredar secara keseluruhan. Ujiyantho dan Pramuka (2007) dalam Yulius dan Yeterina (2013). Selain itu metode pengukuran *corporate governance* dapat dilakukan dengan mekanisme *Corporate Governance Perception Index (CGPI)* sebagai berikut:

$$KI = \frac{\text{Jumlah Saham yang dimiliki Institusional}}{\text{Total seluruh saham Beredar}} \times 100\%$$

2.1.4 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

2.1.4.1 Teori Keagenan (Agency Theory)

Teori keagenan sebagai *grand theory* dimana Teori Keagenan (*Agency Theory*) mengungkapkan adanya hubungan antara *Principal* (pemilik perusahaan atau yang memberikan mandat) dan *agent* (manajer perusahaan atau yang mendapat mandat) yang dilandasi dari adanya pemisah kepemilikan dan pengendalian perusahaan, pemisahan penanggung risiko, pembuatan keputusan, dan pengendalian fungsi-fungsi (Jensen dan Meckling, 1976 dalam IGN Agung Suryana, 2011). Terdapat pemisah antara pemilik (*Principal*) dengan manajer (*agent*) di suatu perusahaan maka terdapat kemungkinan bahwa keinginan pemilik diabaikan. Fakta dan kesadaran bahwa agen itu mahal, menetapkan landasan bagi sekelompok gagasan rumit namun bermanfaat (Pearce & Robinson, 2008:47).

Menurut John A. Pearce dan Richard B. Robinson, Jr yang diterjemahkan oleh Yanivi Bactiar dan Christine (2008:47) Teori Keagenan ialah sebagai berikut:

“Sekelompok gagasan mengenai pengendalian organisasi yang didasarkan pada keyakinan bahwa pemisah kepemilikan dengan manajemen menimbulkan potensi bahwa keinginan pemilik diabaikan.”

Tujuan dari dipisahkannya pengelolaan perusahaan memperoleh keuntungan yang maksimal dengan biaya yang lebih efisien dengan dikelolanya perusahaan oleh tenaga-tenaga yang profesional dan mereka memiliki tugas untuk kepentingan perusahaan, dengan kata lain semakin besar perusahaan yang dikelola

maka semakin besar pula keuntungan yang didapat agen. Sementara pemilik perusahaan (pemegang saham) hanya bertugas mengawasi jalannya perusahaan yang dikelola oleh manajemen serta mengembangkan sistem insentif bagi pengelola manajemen untuk memastikan bahwa mereka bekerja demi kepentingan perusahaan. (Adrian Sutedi, 2012:13)

Teori keagenan Menurut IGN Agung (2011) juga berperan dalam menyediakan informasi, sehingga akuntansi memberikan unpan balik (*feedback*) selain nilai prediktifnya. Teori keagenan menyatakan bahwa, perusahaan yang menghadapi biaya kontrak dan biaya pengawasan yang rendah cenderung akan melaporkan laba lebih rendah atau dengan kata lain akan mengeluarkan biaya-biaya untuk kepentingan manajemen (salah satunya biaya dapat meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat yaitu biaya-biaya yang terkait dengan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan).

2.1.4.2 Definisi *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu konsep yang menghasilkan berbagai beberapa pengertian yang beragam. Keberagaman definisi tersebut karena penekanan pada dimensi-dimensi yang berbeda. Konsep tentang *Corporate Social Responsibility (CSR)* dapat dijelaskan dengan menurut pendapat-pendapat dari beberapa ahli yang didasari oleh beberapa penelitian terhadap kegiatan perusahaan.

CSR yang dikemukakan oleh Untung, (2009:1) merupakan:

“Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitik beratkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial dan lingkungan.”

Darwin, 2004 dalam Rahmawati (2012: 180) mendefinisikan CSR sebagai berikut:

“Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum.”

Menurut Popy Rufaidah (2012:61) Tanggung Jawab Sosial Perusahaan yaitu “Tanggung Jawab Sosial Perusahaan merupakan suatu kewajiban perusahaan untuk melayani masyarakat secara umum.”

Pendapat lain mengenai definisi CSR dikemukakan oleh Suharto (2010:115) sebagai berikut:

“Kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungan (*profit*) bagi kepentingan pembangunan manusia (*people*) dan lingkungan (*planet*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (*procedure*) yang tepat dan professional”

Berdasarkan dari beberapa definisi yang telah dipaparkan maka dapat disimpulkan bahwa CSR adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk berkontribusi secara sukarela dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan untuk melayani masyarakat secara umumserta perhatian terhadap lingkungan dan sosial di dalam operasinya, atas dampak yang bersifat positif atau dampak negative dari kegiatan operasionalnya.

2.1.4.2.1 Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Menurut Untung, (2009:6) manfaat Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)* antara lain:

1. “Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan.
2. Mendapatkan lisesnsi untuk beroperasi secara sosial.
3. Mereduksi risiko bisnis perusahaan
4. Melebarkan akses sumber daya bagi operasiinal usaha
5. Membuka peluang pasar yang lebih luas
6. Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah
7. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*
8. Memperbaiki hubungan dengan regulator
9. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan
10. Peluang mendapatkan penghargaan.

Sedangkan menurut Muhammad Arief Effendi (2007), ada empat manfaat yang diperoleh bagi perusahaan dengan mengimplementasikan CSR yaitu:

1. “Keberadaan Perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan dan perusahaan mendapatkan citra (*image*) yang positif dari masyarakat luas.
2. Perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap *capital* (modal).
3. Perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia (*human resources*) yang berkualitas.
4. Perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis (*critical decision making*) dan mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*).”

Menurut Gurvy Kavei dalam Isa dan Busyra (2008:124), menegaskan bahwa setiap perusahaan yang mengimplementasikan CSR dalam aktivitas usahanya akan mendapat lima manfaat utama yaitu:

1. “Meningkatkan Profitabilitas dan kinerja financial yang lebih kokoh, misalnya lewat efisiensi lingkungan.
2. Meningkatkan akuntabilitas, *assessment* dan komunikasi investasi

3. Mendorong komitmen karyawan, karena mereka diperhatikan dan dihargai.
4. Menurunkan kerentanan gejolak dengan komunitas.
5. Mempertinggi reputasi dan *corporate branding*.”

2.1.4.3 Definisi Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Menurut Hendriksen (1996, 136) dalam Rita (2008), pengungkapan (*disclosure*) didefinisikan sebagai penyediaan sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal efisien. Pengungkapan ada yang bersifat wajib (*mandatory*), yaitu pengungkapan informasi wajib dilakukan oleh perusahaan yang didasarkan pada peraturan atau standar tertentu dan ada pengungkapan yang bersifat sukarela (*voluntary*), yaitu pengungkapan informasi melebihi persyaratan minimum dari peraturan yang berlaku.

Menurut Hery (2012:143) Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* adalah:

“Pengungkapan CSR yang sering juga di sebut sebagai *Social Disclosure, Corporate Social Reporting* atau *Social Accounting* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan”.

Pratiwi dan Djamhuri (2004) dalam Rahmawati (2012:183) mendefinisikan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* adalah sebagai berikut:

“Pengungkapan Sosial sebagai suatu pelaporan atau penyampaian informasi kepada *stakeholders* mengenai segala aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan sosialnya.

Berdasarkan beberapa definisi diatas menunjukkan bahwa Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan proses penyampaian informasi perusahaan terhadap dampak kegiatan operasional perusahaan kepada masyarakat.

2.1.4.4 Komponen Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Komponen Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial perusahaan menurut William dalam Rahmawati (2012: 187) meliputi 5 (lima) tema antara lain: (1) *Environmen*; (2) *Energy*; (3) *Human Resources and management*; (4) *Products and Customers*; and (5) *Community*. Pengungkapan CSR adalah indikator kinerja tersebut disusun berdasarkan aspek yang ada menurut Global Reporting Initiative Version 3.0, 2006. Jumlah keseluruhan indikator kinerja adalah 79. Jadi perusahaan yang memenuhi 79 indikator kinerja tersebut dikatakan paling luas pengungkapan CSRnya berikut ini merupakan komponen pengungkapan CSR dalam Global Reporting Initiative Version 3.0, 2006 komponen Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* ada 6 (enam) yaitu:(1) Ekonomi; (2) Lingkungan; (3) Sosial; (4) Hak Asasi Manusia; (5) Masyarakat; dan (6) Tanggung Jawab Produk. Berikut penjelasannya:

1. Ekonomi

Data kinerja yang dihasilkan dalam menanggapi Indikator di bagian ini diharapkan untuk menggambarkan: aliran modal antara pemangku kepentingan yang berbeda; dan dampak ekonomi utama organisasi di seluruh masyarakat. Kinerja ekonomi organisasi merupakan hal yang fundamental untuk memahami

organisasi dan dasar untuk keberlanjutan. Indikator Kinerja ekonomi dimaksudkan untuk mengukur hasil ekonomi dari kegiatan organisasi dan efek dari hasil tersebut pada berbagai pemangku kepentingan. Indikator di bagian ini dibagi menjadi tiga kategori:

- a. Kinerja Ekonomi. Indikator ini membahas dampak ekonomi langsung dari kegiatan organisasi dan nilai tambah ekonomi oleh kegiatan ini.
- b. Pasar Kehadiran. Indikator ini memberikan informasi tentang interaksi di pasar tertentu.
- c. Dampak Ekonomi Tidak Langsung. Indikator ini mengukur dampak ekonomi diciptakan sebagai hasil dari kegiatan dan transaksi organisasi ekonomi.

Ada beberapa hubungan antara Indikator Ekonomi yang berbeda. Elemen dari tabel nilai tambah di EC1 terkait dengan Indikator Ekonomi lainnya, dan ada juga hubungan antara upah dan tunjangan (EC1-2.1c dan EC5), transaksi dengan pemerintah (EC1-2.1e dan EC4), dan investasi masyarakat (EC1-2.1f dan EC8). Indikator Ekonomi juga terkait erat dengan Indikator di Protokol lainnya, termasuk: EC1-2.1c, EC5, dan LA14 mengenai upah; EC1-2.1c, EC3, dan LA3 tentang imbalan kerja; EC1-2.1f, EC6, EC8, dan SO1 mengenai interaksi dengan masyarakat setempat; EC2 (risiko perubahan iklim) dan EN3 (konsumsi energi langsung); dan EC10 (dampak ekonomi tidak langsung) dan SO1 (dampak sosial ekonomi pada masyarakat).

2. Lingkungan;

Aspek di Indikator Lingkungan yang terstruktur untuk mencerminkan input, output, dan mode dampak organisasi terhadap lingkungan. Energi, air, dan bahan mewakili tiga jenis standar input yang digunakan oleh sebagian besar organisasi. Input ini menghasilkan output signifikansi lingkungan, yang ditangkap di bawah Aspek Emisi, Efluen, dan Limbah. Keanekaragaman hayati juga terkait dengan konsep input sejauh bahwa hal itu dapat dipandang sebagai sumber daya alam. Namun, keanekaragaman hayati juga langsung dipengaruhi oleh output seperti polutan. Aspek Transportasi dan Produk dan Layanan merupakan daerah di mana organisasi dapat lebih berdampak lingkungan, tetapi sering melalui pihak lain seperti pelanggan atau pemasok jasa logistik. Kepatuhan dan keseluruhan Aspek yang langkah-langkah khusus organisasi yang dibutuhkan untuk mengelola kinerja lingkungan . Aspek Energi, Air, Emisi, dan Keanekaragaman Hayati masing-masing berisi beberapa Indikator.

3. Sosial

Kategori sosial membahas dampak yang dimiliki perusahaan terhadap sistem sosial dimana organisasi beroperasi. Kategori sosial berisi sub-kategori yaitu: *Hak asasi Manusia*, Masyarakat, dan Tanggung Jawab Produk

4. Hak Asasi Manusia;

Indikator kinerja HAM memperoleh pengungkapan tentang dampak dan kegiatan organisasi memiliki pada hak asasi manusia sipil, politik, ekonomi, sosial dan

budaya dari para pemangku kepentingan. Aspek dalam Indikator Kinerja ini didasarkan pada standar yang diakui secara internasional, terutama Deklarasi Universal PBB tentang Hak Asasi Manusia dan Deklarasi ILO tentang Prinsip-prinsip Mendasar dan Hak di Tempat Kerja 1998 (khususnya delapan Konvensi inti ILO). Meskipun terkait erat, kategori Hak Asasi Manusia dan Praktek Kerja melayani tujuan yang berbeda. Indikator HAM berfokus pada bagaimana organisasi pelapor mempertahankan dan menghormati hak-hak dasar manusia, sedangkan Indikator Praktek Kerja mencerminkan kualitas kondisi kerja dan lingkungan kerja. Indikator Kinerja berusaha untuk memberikan langkah-langkah yang sebanding dari hasil atau hasil, dan karena itu fokus terutama pada insiden yang berkaitan dengan hak asasi manusia inti. Insiden biasanya mencakup 'poin dari dampak' pada kelompok stakeholder serta risiko bagi organisasi mana pelanggaran terjadi. Indikator yang mengatur alamat tiga bidang umum: aspek dasar hak asasi manusia (HR4, HR5, HR6, HR7 dan HR9); Kapasitas dan pengetahuan memungkinkan organisasi untuk secara efektif menangani hak asasi manusia, termasuk pelatihan dan prosedur internal (HR3, HR8, HR10, dan HR11); dan Integrasi organisasi hak asasi manusia ke dalam hubungan bisnis eksternal baik melalui investasi atau pemasok (HR1 dan HR2).

5. Masyarakat;

Kategori Tenaga Kerja, Hak Asasi Manusia, dan Tanggung Jawab Produk mengatasi dampak sosial yang terkait dengan kelompok pemangku kepentingan

tertentu (seperti karyawan atau pelanggan). Namun, dampak sosial dari organisasi juga terkait dengan interaksi dengan struktur pasar dan lembaga-lembaga sosial yang membentuk lingkungan sosial di mana kelompok-kelompok pemangku kepentingan berinteraksi. Interaksi ini, serta pendekatan organisasi untuk berurusan dengan kelompok-kelompok sosial seperti komunitas, merupakan komponen penting dari kinerja keberlanjutan. Oleh karena itu, kinerja indikator masyarakat fokus pada dampak organisasi terhadap masyarakat di mana mereka beroperasi, dan bagaimana interaksi organisasi dengan lembaga-lembaga sosial lainnya dikelola dan dimediasi. Secara khusus, informasi yang dicari pada penyuapan dan korupsi, keterlibatan dalam pembuatan kebijakan publik, praktik monopoli, dan kepatuhan terhadap hukum dan peraturan selain tenaga kerja dan lingkungan.

6. Tanggung Jawab Produk

Indikator Tanggung Jawab Produk membahas efek dari produk dan jasa manajemen pada pelanggan dan pengguna. Organisasi diharapkan untuk berhati-hati karena dalam desain produk mereka dan layanan untuk memastikan mereka cocok untuk digunakan dan tidak menimbulkan bahaya yang tidak diinginkan terhadap kesehatan dan keselamatan. Selain itu, komunikasi yang berkaitan dengan produk dan jasa dan pengguna harus mempertimbangkan kebutuhan informasi dari pelanggan dan hak mereka untuk privasi. Indikator terutama terstruktur berpasangan, dengan Core Indikator mencari pengungkapan pada

proses di tempat untuk menangani aspek, dan Indikator tambahan untuk melaporkan tingkat kepatuhan. (Global Reporting Initiative Version 3.1, 2006)

Berikut indikator pengungkapan Tanggung Jawab Sosial perusahaan Menurut GRI Versi 3.1

Tabel 2.2
Indikator pengungkapan CSR menurut GRI Versi 3.1

kode	Indikator
Aspek Ekonomi	
EC1	Perolehan dan didistribusi Nilai ekonomi, termasuk pendapatan, operasi biaya, kompensasi karyawan, donasi dan investasi masyarakat lainnya, laba ditahan, dan pembayaran kepada penyedia modal dan pemerintah
EC2	Implikasi keuangan dan risiko lainnya karena perubahan iklim.
EC3	Cakupan didefinisikan kewajiban program imbalan organisasi (Dana Pensiun)
EC4	Bantuan keuangan dari pemerintah
EC5	Rentang rasio upah entry level standar berdasarkan gender dibandingkan dengan upah minimum setempat di lokasi yang signifikan dari operasi
EC6	Proporsi pengeluaran pemasok berbasis lokal di lokasi yang signifikan dari operasi.
EC7	Perekrutan lokal dan proporsi manajemen senior disewa dari masyarakat lokal di lokasi yang signifikan dari operasi.
EC8	Pembangunan dan dampak dari investasi dan layanan yang diberikan terutama untuk kepentingan publik infrastruktur melalui, atau pro bono keterlibatan dalam bentuk komersial.
EC9	Pemahaman dan menggambarkan Dampak Pengaruh Ekonomi tidak langsung yang signifikan , termasuk besarnya dampak
Aspek Lingkungan	
EN1	Bahan yang digunakan berat atau volume
EN2	Persentase bahan yang digunakan yang didaur ulang.
EN3	Pemakaian energi langsung oleh sumber energi primer
EN4	Pemakaian energi tidak langsung oleh sumber utama
EN5	Penghematan Energi
EN6	Inisiatif untuk menyediakan produk hemat energi terbarukan.
EN7	Inisiatif untuk mengurangi konsumsi energi tidak langsung dan pengurangan yang dicapai.
EN8	Jumlah penarikan air
EN9	Sumber air secara signifikan dipengaruhi atau tercemar.

EN10	Persentase dan total volume air daur ulang dan digunakan kembali.
EN11	Lokasi dan ukuran lahan yang dimiliki, disewa, dikelola, atau berdekatan dengan, kawasan lindung dan daerah yang memiliki nilai keanekaragaman hayati yang tinggi di luar daerah yang dilindungi (Hutan Lindung).
EN12	Perlindungan Keanekaragaman Hayati diluar daerah yang dilindungi.
EN13	Pemulihan Habitat
EN14	Strategi, tindakan saat ini, dan rencana keanekaragaman hayati.
EN15	Jumlah Daftar Spesies yang dilindungi.
EN16	Total emisi gas rumah kaca langsung dan tidak langsung berat.
EN17	Emisi gas rumah kaca lainnya yang relevan tidak langsung berat.
EN18	Inisiatif untuk mengurangi emisi gas rumah kaca dan pengurangan dicapai
EN19	Pengurangan Emisi dari zat perusak ozon berat
EN20	Jenis emisi udara signifikan lainnya berdasarkan jenis dan berat seperti NO _x , SO _x ,
EN21	Jumlah debit air dengan kualitas dan tujuan
EN22	Berat total sampah berdasarkan jenis dan metode pembuangan.
EN23	Total jumlah dan volume tumpahan yang signifikan
EN24	Berat diangkut, diimpor, diekspor, atau diperlakukan limbah dianggap berbahaya di bawah ketentuan Konvensi Basel Annex I, II, III, dan VIII, dan persentase sampah yang diangkut dikirimkan secara internasional. (Limbah berbahaya yang di trasportasikan.
EN25	Identitas, ukuran, status dilindungi, dan nilai keanekaragaman hayati badan air dan habitat terkait secara signifikan dipengaruhi oleh pembuangan organisasi pelapor air dan limpasan.
EN26	Inisiatif untuk mengurangi dampak lingkungan dari produk dan jasa, dan luasnya mitigasi dampak.
EN27	Persentase produk yang dijual dan bahan kemasannya yang direklamasi berdasarkan kategori.
EN28	Nilai moneter dari denda signifikan dan jumlah sanksi non-moneter untuk pelanggaran hukum dan peraturan lingkungan akibat produk
EN29	Dampak lingkungan yang signifikan dari mengangkut produk dan barang-barang lainnya dan bahan yang digunakan untuk operasi organisasi, dan mengangkut anggota tenaga kerja
EN30	Total pengeluaran perlindungan lingkungan dan investasi berdasarkan jenis.
Aspek Sosial	
LA1	Jumlah tenaga kerja menurut jenis pekerjaan, kontrak kerja, dan daerah, dipecah oleh jenis kelamin.
LA2	Jumlah dan tingkat karyawan karyawan baru dan pergantian karyawan menurut kelompok umur, jenis kelamin, dan wilayah.

LA3	Manfaat yang diberikan kepada karyawan penuh waktu yang tidak diberikan kepada karyawan sementara atau parttime, dengan lokasi yang signifikan dari operasi.
LA4	Persentase karyawan yang dilindungi oleh perjanjian tawar-menawar kolektif.
LA5	Periode minimum pemberitahuan (s) tentang perubahan operasional yang signifikan, termasuk apakah itu ditentukan dalam perjanjian kolektif.
LA6	Persentase dari total tenaga kerja diwakili dalam komite bersama yang formal manajemen-pekerja kesehatan dan keselamatan yang membantu memantau dan memberi nasihat tentang program kesehatan dan keselamatan kerja.
LA7	Tarif cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang, dan ketidakhadiran, dan jumlah kematian yang berhubungan dengan pekerjaan, menurut wilayah dan jenis kelamin.
LA8	Pendidikan, pelatihan, penyuluhan, pencegahan, dan risiko pengendalian program di tempat untuk membantu anggota tenaga kerja, keluarga mereka, atau anggota masyarakat mengenai penyakit serius.
LA9	Kesehatan dan keselamatan topik yang dibahas dalam perjanjian resmi dengan serikat pekerja .
LA10	Rata-rata jam pelatihan per tahun per karyawan, berdasarkan gender, dan berdasarkan kategori karyawan
LA11	Program untuk keterampilan manajemen dan belajar sepanjang hayat yang mendukung kerja lanjutan dari karyawan dan membantu mereka dalam mengelola akhir karir.
LA12	Persentase karyawan yang menerima kinerja dan pengembangan karir ulasan regular, berdasarkan gender.
LA13	Komposisi tubuh pemerintahan dan pemecahan karyawan per kategori karyawan menurut jenis kelamin, kelompok umur, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator lainnya keanekaragaman.
LA14	Rasio gaji pokok dan imbalan perempuan dengan laki-laki berdasarkan kategori karyawan, dengan lokasi yang signifikan dari operasi.
Aspek Hak Asasi Manusia	
HR1	Persentase dan jumlah perjanjian investasi signifikan dan kontrak yang mencakup klausul menggabungkan keprihatinan hak asasi manusia, atau bahwa skrining hak asasi manusia telah mengalami.
HR2	Persentase pemasok yang signifikan, kontraktor, dan mitra bisnis lainnya yang telah mengalami skrining hak asasi manusia, dan tindakan yang diambil.
HR3	Jumlah jam pelatihan karyawan pada kebijakan dan prosedur mengenai aspek HAM yang relevan dengan operasi, termasuk persentase karyawan yang terlatih.
HR4	Total jumlah insiden diskriminasi dan tindakan perbaikan yang dilakukan.
HR5	Operasi dan pemasok signifikan diidentifikasi dimana hak untuk menjalankan kebebasan berserikat dan berunding bersama dapat dilanggar atau berisiko

	signifikan, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak ini.
HR6	Operasi dan pemasok signifikan diidentifikasi memiliki risiko yang signifikan untuk insiden pekerja anak, dan langkah-langkah yang diambil untuk berkontribusi pada penghapusan pekerja anak secara efektif.
HR7	Operasi dan pemasok signifikan diidentifikasi memiliki risiko yang signifikan untuk insiden kerja paksa atau wajib, dan langkah-langkah untuk berkontribusi pada penghapusan segala bentuk kerja paksa atau wajib
HR8	Persentase petugas keamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur yang menyangkut aspek hak asasi manusia yang relevan dengan operasi organisasi.
HR9	Total jumlah insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil.
Aspek Masyarakat	
SO1	Persentase operasi dengan menerapkan keterlibatan masyarakat setempat, penilaian dampak, dan program-program pembangunan.
SO2	Persentase dan jumlah unit usaha dianalisa untuk risiko yang berkaitan dengan korupsi.
SO3	Persentase pegawai yang dilatih dalam kebijakan dan prosedur anti-korupsi organisasi.
SO4	Tindakan yang diambil dalam menanggapi insiden korupsi.
SO5	Posisi kebijakan publik dan partisipasi dalam pengembangan kebijakan publik dan lobi.
SO6	Total nilai kontribusi keuangan dan dalam bentuk partai politik, politisi, dan institusi terkait berdasarkan negara.
SO7	Jumlah tindakan hukum akibat persaingan.
SO8	Hukuman atau Denda pelanggaran hukum dan peraturan perundangan.
Aspek Tanggung Jawab Produk	
PR1	Tahap siklus hidup di mana dampak kesehatan dan keamanan produk dan jasa dinilai untuk perbaikan, dan persentase produk yang signifikan atau Perputaran dan keamanan produk.
PR2	Total pelanggaran dan jumlah dampak kesehatan dan keamanan produk dan jasa
PR3	Informasi produk dan layanan yang diperlukan oleh prosedur, dan persentase produk. Atau info kandungan produk.
PR4	Total jumlah insiden pelanggaran penyediaan info produk, mengenai produk dan layanan informasi dan pelabelan, dengan jenis hasil.
PR5	Tingkat kepuasan pelanggan, termasuk dengan hasil survei mengukur kepuasan pelanggan.
PR6	Kelayakan komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsorship.
PR7	Pelanggaran Komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsorship, menurut jenis hasil.
PR8	Total jumlah keluhan atau pengaduan mengenai pelanggaran privasi pelanggan

	dan kerugian pelanggan.
PR9	Denda Pelanggaran Pengadaan dan penggunaan Produk

Sumber: www.globalreporting.org

2.1.4.5 Metode Pengukuran Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Pengukuranyang akan digunakan dalam penelitian ini mengacu pada Instrumen yang dibuat oleh *Global Reporting Initiative (GRI)* yang dapat di peroleh melalui situs www.globalreporting.org dalam GRI terdapat 79 indikator sehingga rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$CSRDI_j = \frac{X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

$CSRDI_j$: *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j

X_{ij} : Total pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan j

n_j : Total *item* yang ditentukan untuk perusahaan , $n_j \leq 79$

2.2 Kerangka Pemikiran

Menurut Umar (2008:4) Perusahaan merupakan sebuah organisasi yang memproses sebuah keahlian dan sumber daya ekonomi menjadi barang atau jasa untuk memuaskan atau memenuhi kebutuhan para pembeli dengan harapan memberikan laba bagi para pemiliknya.

Salah satu tujuan utama perusahaan ialah untuk memnghasilkan laba dari setiap kegiatan operasional perusahaannya. Pada saat ini perusahaan dituntut untuk memperhatikan dan melaporkan dampak dari kegiatan operasionalnya tersebut yaitu yang dikenal dengan kegiatan Pertanggungjawaban Sosial atau yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu strategi yang banyak digunakan sebagai alat persaingan. Hendrik (2008) dalam *Corporate Social Responsibility (CSR)* perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab dan pelaporan yang berpijak pada *single bottom line* yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang di refleksikan dalam kondisi keuangannya saja. Tanggung Jawab sosial Perusahaan harus berpijak pada *triple botton line*, yang dimana perusahaan selain mengungkapkan aspek finansial juga harus mengungkapkan aspek sosial dan lingkungan, karena pada dasarnya perusahaan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari suatu komunitas yang harus memperhatikan keadaan lingkungan disekitarnya.

Tumbuhnya kesadaran dari para pengusaha tentang pentingnya pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan untuk kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang, tidak lepas dari adanya aturan pemerintah yang mewajibkan perusahaan untuk melaksanakan dan melaporkan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat. Salah satu peraturan pemerintah itu ialah dalam UU perseroan terbatas (PT) No 40 pasal 74 tahun 2007 yang menjelaskan bahwa dalam

pelaksanaan kegiatan operasionalnya yang berhubungan dengan sumber daya alam (SDA) wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Hal ini diungkapkan pula dalam pasal 66 ayat 2c UU No. 40 tahun 2007 bahwa semua perseroan terbatas (PT) wajib melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan.

Dengan adanya peraturan tersebut dan untuk mengetahui dan menentukan apakah pengungkapan tanggung jawab sosial tersebut telah diungkapkan secara lengkap atau tidak maka diperlukan pengukuran seberapa besar perusahaan yang menjalankan kegiatan operasionalnya dengan menggunakan SDA yang ada mampu mengungkapkan tanggung jawab sosial dan dampak yang dihasilkannya dari kegiatan operasionalnya. Dengan demikian, untuk mengkomunikasikan dampak dari kegiatan operasional perusahaan tersebut kepada masyarakat, dibutuhkan *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSRD)* yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan.

Terdapat beberapa pertimbangan bagi perusahaan dalam melakukan pengungkapan sosialnya, salah satunya adalah karakteristik perusahaan. seperti yang disampaikan oleh Lundholm (1993) dalam Anggraini (2006), bahwa karakteristik perusahaan dapat dijadikan sebagai prediktor yang dapat menjelaskan tingkat pengungkapan dan variabel pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan salah satu beberapa faktor yang diduga memiliki pengaruh dalam Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* ialah *Company Size*, *Leverage* dan *Institutional Ownership*.

2.2.1 Pengaruh *Company Size* (Ukuran Perusahaan) terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Company Size (Ukuran Perusahaan) merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi CSR dalam pelaporan tahunan perusahaan. Menurut Sembiring (2005) dalam Yuliana, Purnomosidhi, dan Sukoharso (2008) hal ini dikaitkan dengan teori agensi, mengidentifikasi bahwa perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut.

Teori legitimasi memiliki alasan tentang hubungan ukuran dan pengungkapan, semakin besar suatu perusahaan kemungkinan menuntut pengungkapan yang lebih besar pula kepada para pemakai laporan tahunan (Ahmed dan Courtis, 1991) dalam Subroto (2003) dan Rasidah, Chairina (2010).

Perusahaan yang lebih besar melakukan aktivitas yang lebih banyak sehingga memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat, memiliki lebih banyak pemegang saham yang punya perhatian terhadap program sosial yang dilakukan perusahaan dan laporan tahunan merupakan alat yang efisien, untuk mengkomunikasikan informasi ini. Hal ini umumnya dikaitkan dengan teori agensi yang menyatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan maka biaya keagenan yang muncul juga semakin besar. Untuk mengurangi biaya keagenan tersebut, perusahaan cenderung akan mengungkapkan informasi yang lebih luas. *Gray et.al., 1987* dalam Rasidah, Chairina (2010).

Penelitian sebelumnya yang mendukung penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Anasthasia, Anantawikrama dan Nyoman (2014) yang mengungkapkan terdapat pengaruh yang signifikan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR karena perusahaan besar akan memberikan informasi laba sekarang lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil, sehingga biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan besar untuk pengungkapan informasi sosial lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan kecil.

2.2.1 Pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai oleh utang. Jensen (1986) dalam Inayah dan Anies (2010) menyatakan bahwa saat perusahaan mempunyai utang bunga yang tinggi, kemampuan manajemen untuk berinvestasi lebih pada program CSR adalah terbatas. Perusahaan dengan rasio *Leverage* yang tinggi akan berusaha menyampaikan lebih banyak informasi sebagai instrumen untuk mengurangi *monitoring cost* bagi investor. Mereka akan memberikan informasi yang lebih detail dalam laporan tahunannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut dibandingkan dengan perusahaan yang *Leverage*-nya lebih rendah. Dengan kata lain semakin tinggi *Leverage* maka akan menambah beban tetap perusahaan, maka semakin rendah program *Corporate*

Social Responsibility dan rendah pula Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Belkaoui dan Karpik (1989) dalam Rusdianto (2013:46) menyatakan bahwa keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan. Sesuai dengan teori agensi maka manajemen perusahaan dengan tingkat leverage yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang di buat agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders* (marzully dan Denies, 2012).

Penelitian sebelumnya yang mendukung penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Anasthasia, Anantawikrama dan nyoman (2014) yang mengungkapkan adanya pengaruh antara Leverage terhadap Pengungkapan CSR karena semakin tinggi Leverage kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak hutang, sehingga manajer berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan dengan laba dimasa yang akan datang. Oleh karena itu, perusahaan dengan leverage yang tinggi berkewajiban untuk melakukan pengungkapan lebih luas dari pada perusahaan dengan leverage yang rendah.

2.2.2 Pengaruh *Institutional Ownership*(kepemilikan Institutioanal) terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Kepemilikan Institusional merupakan kepemilikan saham oleh institusi seperti LSM, Perusahaan swasta, Perusahaan Dana Pensiun, Perusahaan Asuransi,

Bank, dan perusahaan-perusahaan investasi. Jensen and Meckling (1976) dalam Yulius dan Yeterina (2013) menyatakan bahwa Kepemilikan Institusional memiliki peranan yang penting dalam meminimalisasi konflik keagenan yang terjadi diantara pemegang saham dengan manajer. Keberadaan investor institusional dianggap mampu mengoptimalkan pengawasan kinerja manajemen dengan memonitoring setiap keputusan yang diambil oleh pihak manajemen selaku pengelola perusahaan.

Tingkat Kepemilikan Institusional yang tinggi akan menimbulkan usaha pengawasan yang lebih besar oleh pihak investor institusional sehingga menghalangi perilaku *opportunistic* manajer. Perusahaan dengan kepemilikan institusional yang besar (lebih dari 5%) mengindikasikan kemampuannya untuk memonitoring manajemen (Arif, 2006). Hal senada juga dikemukakan oleh Shleifer and Vishny (1986) dalam Barnea dan Rubin (2005) bahwa *Institutional Shareholders*, dengan kepemilikan saham yang besar, memiliki insentif untuk memantau pengambilan keputusan perusahaan dan dapat menjadi pendorong perusahaan untuk melakukan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Arif, 2006, Mahmud dan Djkaman, 2008 dalam Rahmawati (2012:186).

Penelitian sebelumnya yang mendukung penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Nurkhin (2009) mengemukakan pemahaman bahwa dengan tingkat kepemilikan institusional yang semakin tinggi akan meningkatkan tingkat pengawasan terhadap manajemen. Pengungkapan CSR adalah salah satu aktivitas perusahaan yang dimonitoring oleh pemilik saham institusi.

Beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan Pengaruh *Company Size*, Tingkat *Leverage*, dan *Institutional Ownership* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR Disclosure)* diantaranya dikutip dari beberapa sumber, dapat dilihat pada Tabel 2.1.

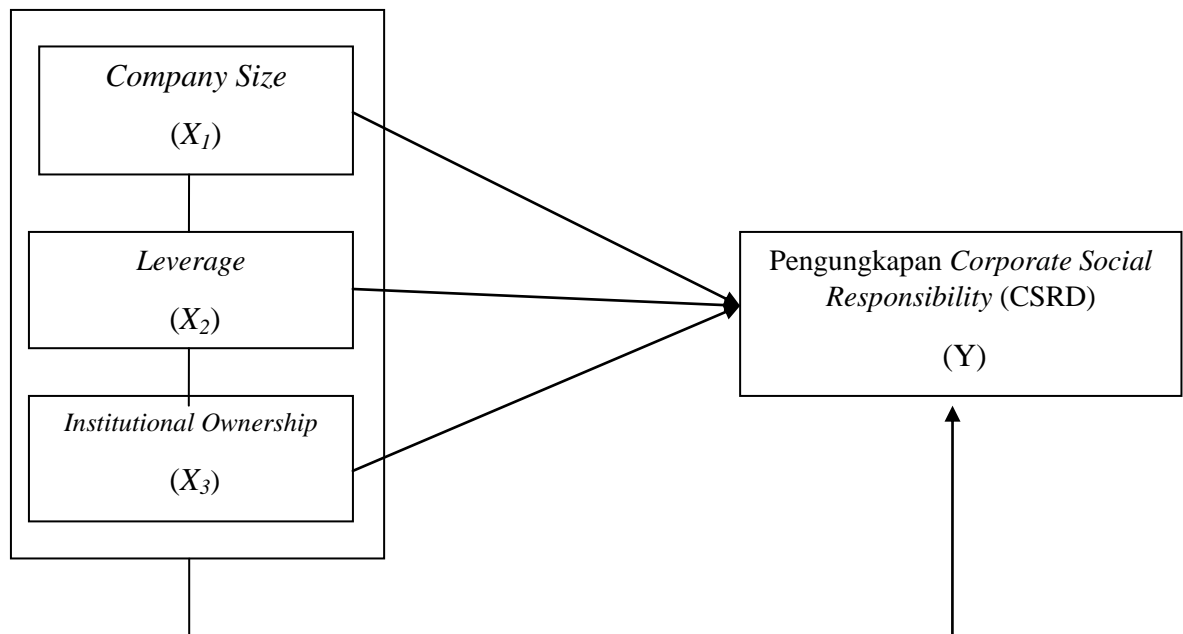
Tabel 2.1
Hasil Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
Rasidah dan Chairina (2010)	Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Struktur Kepemilikan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (<i>Social Disclosure</i>) (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Listing di Bursa Efek Indonesia)	Hasil pengujian Hipotesis menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh secara signifikan sedangkan Profitabilitas, Leverage dan kepemilikan Institutional tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.	- Peneliti melakukan penelitian pada Perusahaan Pertambangan Batubara yang Listing di Bursa Efek Indonesia) Variabel independen yakni <i>Company Size, Leverage, dan Institutional Ownership</i>
Riha Dedi Priantana dan Ade Yustian (2011)	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Pada Perusahaan Keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Hasil Pengujian Hipotesis menyatakan bahwa kepemilikan manajerial, kepemilikan Institutional, Komite Audit, Ukuran Dewan Komisaris, dan Komposisi Dewan Komisaris secara bersama-sama berpengaruh signifikan secara parsial karena hanya variabel kepemilikan manajerial, kepemilikan Institutional, Komite Audit, Ukuran Dewan Komisaris, dan	- Peneliti melakukan penelitian Pada Perusahaan Keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sedangkan penulis Pada Perusahaan pertambangan Batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia - Penambahan variabel yakni <i>Company Size</i> dan

		Komposisi Dewan Komisaris yang berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.	Leverage Variabel independen yakni <i>Company Size, Leverage, dan Institutional Ownership.</i>
Agatha (2012)	Faktor-faktor yang mempengaruhi Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Pada perusahaan Publik di Indonesia	Hasil Pengujian diketahui bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab sosial Perusahaan. Sedangkan Profitabilitas dan kepemilikan saham tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.	- Peneliti melakukan penelitian pada seluruh perusahaan publik di Indonesia edangkan penulis Pada Perusahaan pertambangan Batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Penambahan variabel yakni <i>Company Size</i> dan <i>Leverage Variabel independen</i> yakni <i>Company Size, Leverage, dan Institutional Ownership.</i>
Muhammad Titan Terzaghi (2012)	Pengaruh <i>Earning Managemen</i> dan Mekanisme <i>Corporate Governanc</i> terhadap pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Hasil pengujian Hipotesis secara parsial diketahui bahwa Variabel Independen Ukuran dewan komisaris, dan profil memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan <i>Earning Manajeman, Kepemilikan Manajerial, Komposisi Dewan Komisaris, komite audit dan Kepemilikan Institusional</i> tidak signifikan.	- Peneliti melakukan penelitian pada Perusahaan Pertambangan Batubara yang Listing di Bursa Efek Indonesia) Variabel independen yakni <i>Company Size, Leverage, dan Institutional Ownership</i>

Berdasarkan kerangka pemikiran dan juga didasari oleh penelitian sebelumnya, penelitian ini merupakan penelitian pengembangan dari penelitian sebelumnya yang bertujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai Pengaruh *Company Size*, *Tingkat Leverage*, dan *Institutional Ownership* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR Disclosure)*.

Dari kerangka pemikiran tersebut maka dapat digambarkan alur hubungan antara Pengaruh *Company Size*, *Tingkat Leverage*, dan *Institutional Ownership* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR Disclosure)* dalam paradigma sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan landasan teori dan kerangka pemikiran yang telah diuraikan sebelumnya maka dalam penelitian ini, rumusan hipotesis penelitian yang diajukan penulis adalah sebagai berikut:

- H₁: Terdapat Pengaruh *Company Size* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR Disclosure)*.
- H₂: Terdapat Pengaruh Tingkat *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR Disclosure)*.
- H₃: Terdapat Pengaruh *Institutional Ownership* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR Disclosure)*.
- H₄: Terdapat Pengaruh *Company Size*, Tingkat *Leverage*, dan *Institutional Ownership* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR Disclosure)*.