

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

#### **2.1 Kajian Pustaka**

##### **2.1.1 Akuntansi**

##### **2.1.1 Pengertian Akuntansi**

Pengertian akuntansi menurut Soemarso (2009:14)

“Akuntansi (accounting) suatu disiplin yang menyediakan informasi penting sehingga memungkinkan adanya pelaksanaan dan penelitian jalannya perusahaan secara efisien”.

Sementara itu, pengertian akuntansi menurut Wild & Kwok (2011:4)

dalam Agoes dan Estralita Trisnawati (2013:1), yaitu:

“Akuntansi adalah sistem informasi yang menghasilkan laporan kepada pihak-pihak yang berkepentingan mengenai aktivitas ekonomi dan kondisi perusahaan. Akuntansi mengacu pada tiga aktivitas dasar yaitu mengidentifikasi, merekam dan mengkomunikasikan kejadian ekonomi yang terjadi pada organisasi untuk kepentingan pihak pengguna laporan keuangan yang terdiri dari pengguna internal dan eksternal.”

Adapun pengertian akuntansi menurut Mursyidi (2010:17):

“Akuntansi adalah proses pengidentifikasian data keuangan, memproses pengolahan dan penganalisisan data yang relevan untuk diubah menjadi informasi yang dapat digunakan untuk pembuat keputusan.”

Menurut Hanafi dan Abdul Halim (2012:27) bahwa definisi akuntansi adalah

“Sebagai proses pengidentifikasian, pengukuran, dan pengkomunikasian informasi ekonomi yang bisa dipakai untuk penilaian (*judgement*) dan pengembalian keputusan oleh pemakai informasi tersebut”.

### **2.1.1.2 Laporan Keuangan**

Pengertian laporan keuangan menurut Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) (2011:11):

“Laporan keuangan adalah suatu penyajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja suatu entitas”.

Pada prinsipnya laporan keuangan merupakan suatu susunan daftar atau ringkasan sebagai pertanggungjawaban manajemen perusahaan kepada pihak penilai sebagai yang menilai kinerja perbankan untuk melihat sejauh mana prestasi atau hasil kinerja suatu perusahaan. Hasil kinerja ini dapat digunakan sebagai perbandingan apakah kinerjanya lebih baik atau tidak dengan melihat sisi kelebihan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan.

Tujuan laporan keuangan menurut Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) (2011:1.5-1.6) adalah :

“Tujuan laporan keuangan adalah memberikan informasi mengenai posisi keuangan, kinerja keuangan, dan arus kas besar kalangan pengguna laporan keuangan dalam pembuatan keputusan ekonomi. Laporan keuangan juga menunjukkan hasil pertanggungjawaban manajemen atas pengguna sumber daya yang dipercayakan kepada mereka.”

Dalam rangka mencapai tujuan tersebut, laporan keuangan menyajikan informasi mengenai entitas yang meliputi asset, liabilitas, ekuitas, pendapatan, dan beban termasuk keuntungan dan kerugian, dan arus kas. Informasi tersebut beserta informasi lain yang terdapat pada catatan atas laporan keuangan, membantu penggung laporan keuangan dalam memprediksi arus kas masa depan dan khususnya dalam hal waktu dan kepastian diperolehnya kas dan setara kas.

Tujuan laporan keuangan perusahaan tercermin dari laporan keuangan yang terdiri dari beberapa unsur laporan keuangan. Seperti yang diungkapkan Agoes dan Estralita Trisnawati (2013:4), laporan keuangan yang lengkap terdiri dari unsur-unsur sebagai berikut:

- a. “Laporan Laba Rugi  
Laporan yang menyajikan penghasilan dan beban entitas untuk suatu periode yang merupakan kinerja keuangannya. Laporan ini didasarkan pada konsep penandingan, yaitu suatu konsep yang menandingkan beban dengan penghasilan yang dihasilkan selama periode terjadinya beban tersebut.
- b. Laporan Perubahan Ekuitas  
Laporan yang menunjukkan perubahan ekuitas pemilik yang terjadi selama periode waktu tertentu, misalnya sebulan atau setahun. Laporan ini dibuat setelah laporan laba rugi tetapi sebelum neraca, karena jumlah ekuitas pemilik pada akhir periode harus dilaporkan di neraca.
- c. Neraca  
Informasi yang menyajikan asset, kewajiban, dan ekuitas suatu entitas pada tanggal tertentu, misalnya pada akhir bulan atau akhir tahun. Ada dua bentuk neraca, yaitu bentuk akun juga bentuk laporan, menurut IAI dalam SAK-ETAP (2009:22) pengungkapan neraca untuk entitas berbentuk perseroan terbatas mengungkapkan antara lain hal-hal sebagai berikut: (a) untuk setiap kelompok modal dan saham terdiri dari jumlah saham modal dasar; jumlah saham yang diterbitkan dan disetor penuh; nilai nominal saham; ikhtisar perubahan jumlah saham beredar, hak, keistimewaan dan pembatasan yang melekat pada setiap jenis saham, termasuk pembatasan atas deviden dan pembayaran kembali atas modal; (b) penjelasan mengenai cadangan dalam ekuitas.

d. Laporan Arus Kas

Laporan yang menyajikan informasi perubahan historis atas kas dan setara kas entitas, yang menunjukkan secara terpisah perubahan yang terjadi selama satu periode dan aktivitas operasi, investasi, dan pendanaan. Laporan arus kas terdiri dari tiga bagian, yaitu:

- i. arus kas dari aktivitas operasi, merupakan arus kas dari transaksi yang mempengaruhi laba neto dan aset lancar serta kewajiban lancar;
- ii. arus kas dari aktivitas investasi, merupakan arus kas dari transaksi yang mempengaruhi investasi dan aset tidak lancar;
- iii. arus kas dari aktivitas pendanaan, merupakan kas dari transaksi yang mempengaruhi kewajiban tidak lancar dan ekuitas

e. Catatan Atas Laporan Keuangan

Berisi informasi sebagai tambahan informasi yang disajikan dalam laporan keuangan. Catatan atas laporan keuangan memberikan penjelasan negatif atau rincian jumlah yang disajikan dalam laporan keuangan dan informasi pos-pos yang tidak memenuhi kriteria pengakuan dalam laporan keuangan.”

## 2.1.2 *Corporate Social Responsibility* (CSR)

### 2.1.2.1 Pengertian CSR

*Corporate Social Responsibility* adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial dan lingkungan. (Untung, 2008 : 1)

Pengertian lain mengenai *Corporate Social Responsibility* terdapat dalam Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, yaitu :

“Tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.”

Selain itu, ISO 26000 mengenai *Guidance on Social Responsibility* juga memberikan definisi mengenai CSR, yaitu :

*“Responsibility of an organization for the impacts of its decision and activities on society and the environment, through transparent and ethical behavior that contributes to sustainable development, health and the welfare of society: takes into account the expectations of stakeholder; is in compliance with applicable law and consistent with international norms of behavior; and is integrated throughout the organization and practiced and relationships.”* ([www.pwyp-indonesia.org](http://www.pwyp-indonesia.org))

Dari beberapa definisi di atas dapat dipahami, bahwa *Corporate Social Responsibility* adalah tanggungjawab sosial perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial, ekonomi dan lingkungan.

#### **2.1.2.2 Prinsip *Corporate Social Responsibility***

Menurut David (2008) dalam (Nor Hadi, 2011:59) terdapat 3 prinsip CSR yaitu :

1. *Sustainability*

*Sustainability* berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas tetap memperhitungkan keberlanjutan sumberdaya di masa depan. Keberlanjutan juga memberikan arahan bagaimana penggunaan sumberdaya sekarang tetap memperhatikan dan memperhitungkan kemampuan generasi masa depan. Sehingga *sustainability* berputar pada keberpihakan dan upaya bagaimana *society* memanfaatkan sumberdaya agar tetap memperhatikan generasi masa depan.

## 2. *Accountability*

*Accountability* merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggungjawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan ketika aktivitas perusahaan memengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal. Akuntabilitas dapat dijadikan sebagai media perusahaan dalam membangun *image* dan *network* terhadap para pemangku kepentingan.

## 3. *Transparency*

*Transparency* merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Transparansi bersinggungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan berikut dampak terhadap pihak eksternal. David (2008) dalam (Nor Hadi, 2011) menyatakan :

*“Transparency, as a principle, means that the external impact of the actions of the organization can be ascertained from that organization’s reporting and pertinent fact or not disguised within the reporting. ....the effect of the action of the organization including external impact, should be apparent to all from using the information provided by the organization’s reporting mechanism.”*

Artinya, prinsip transparansi berarti bahwa dampak eksternal dari aktivitas organisasi dapat diketahui dari pelaporan organisasi dan tidak ada fakta yang disembunyikan dalam pelaporan tersebut. Dampak eksternal organisasi harus jelas bagi semua pihak, dengan menggunakan informasi yang berasal dari mekanisme pelaporan organisasi tersebut. Transparansi merupakan satu hal yang amat penting bagi pihak eksternal, berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman, khususnya informasi dan pertanggungjawaban berbagai dampak pada lingkungan.

### 2.1.2.3 Jenis-jenis Program CSR

Kotler dan Lee (2005) dalam (Dwi Kartini, 2009:63) menyebutkan enam kategori aktivitas CSR yaitu :

1. Promosi Kegiatan Sosial (*Cause Promotion*)  
*Cause Promotion* adalah perusahaan menyediakan dana atau sumber daya lainnya yang dimiliki perusahaan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap kegiatan sosial atau untuk mendukung pengumpulan dana, partisipasi dan masyarakat atau perekrutan tenaga sukarela untuk suatu kegiatan tertentu.
2. Pemasaran terkait dengan Kegiatan Sosial (*Cause Related Marketing*)  
 Dalam kegiatan ini, perusahaan ini memiliki komitmen untuk menyumbangkan persentase tertentu dari penghasilannya untuk suatu kegiatan sosial berdasarkan besarnya penjualan produk. Kegiatan ini biasanya didasarkan kepada penjualan tertentu, untuk jangka waktu tertentu.
3. Pemasaran Kemasyarakatan Korporat (*Corporate Social Marketing*)  
 Dalam kegiatan ini, perusahaan mengembangkan dan melaksanakan kampanye untuk mengubah perilaku masyarakat dengan tujuan meningkatkan kesehatan dan keselamatan publik, menjaga kelestarian lingkungan hidup serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
4. Kegiatan Filantropi Perusahaan (*Corporate Philanthropy*)  
 Dalam kegiatan ini, perusahaan memberikan sumbangan langsung dalam bentuk derma untuk kalangan masyarakat tertentu. Sumbangan tersebut biasanya berbentuk pemberian uang secara tunai, bingkisan/paket bantuan atau pelayanan secara cuma-cuma.
5. Pekerja Sosial Kemasyarakatan secara sukarela (*Community Volunteering*)  
 Dalam kegiatan ini, perusahaan mendukung dan mendorong karyawan, rekan pedagang eceran atau para pemegang *franchise* agar menyisihkan waktu mereka secara sukarela guna membantu organisasi-organisasi masyarakat lokal maupun masyarakat yang menjadi sasaran program.
6. Praktik Bisnis yang Memiliki Tanggung Jawab Sosial (*Socially Responsible Business Practice*)  
 Dalam kegiatan ini, perusahaan melakukan kegiatan bisnis melampaui aktivitas bisnis yang diwajibkan oleh hukum serta melaksanakan investasi yang mendukung kegiatan sosial dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan komunitas dan memelihara lingkungan hidup.

### 2.1.2.4 Tujuan Perusahaan Menjalankan CSR

Salah satu tujuan perusahaan melaksanakan CSR adalah meningkatkan hubungan baik dengan regulator. Pendirian perusahaan atas izin yang diberikan pemerintah, diharapkan mampu berkontribusi dalam pembangunan negara melalui kewajiban pajak dan lainnya. Selain itu, turut membangun kepedulian dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan

Menurut Yusuf Wibisono (2007) ada beberapa tujuan perusahaan menjalankan perusahaan yaitu :

1. Mengharapkan *Social Licence to operate*  
Masyarakat sekitar perusahaan merupakan komunitas utama perusahaan. Ketika mereka mendapatkan *benefit* dari keberadaan perusahaan maka dengan sendirinya mereka ikut merasa memiliki perusahaan. Sebagai imbalana yang diberikan ke perusahaan paling tidak adalah keleluasaan perusahaan menjalankan roda bisnisnya di wilayah tersebut. Jadi program CSR diharapkan menjadi bagian dari asuransi sosial (*social insurance*) yang akan menghasilkan harmoni dan persepsi positif dari masyarakat terhadap eksistensi perusahaan.
2. Memperbaiki hubungan dengan *Stakeholder*.  
Implementasi program CSR tentunya akan menambah frekuensi komunikasi dengan *stakeholders*. Nuansa seperti itu dapat membentangkan karpet merah terbentuknya kepercayaan kepada perusahaan.
3. Mereduksi risiko bisnis perusahaan  
Perusahaan mesti menyadari bahwa kegagalan untuk memenuhi ekspektasi *stakeholder* akan menjadi bom waktu yang dapat memicu risiko yang tidak diharapkan. Bila itu terjadi maka perusahaan menanggung *opportunity loss*. Selain itu, perusahaan harus mengeluarkan biaya yang lebih besar dibandingkan mengimplementasikan CSR.
4. Memperbaiki hubungan dengan regulator  
Perusahaan yang menerapkan program CSR, pada dasarnya upaya untuk meringankan beban pemerintah sebagai regulator. Sebab pemerintahlah yang menjadi penanggungjawab utama menyejahterakan masyarakat dan melestarikan lingkungan. Tanpa bantuan dari perusahaan. Umumnya terlalu berat bagi pemerintah untuk menanggung sendiri beban tersebut.

5. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan *brand image* perusahaan.  
Perubahan destruktif dapat menurunkan reputasi perusahaan. Begitu pun sebaliknya, kontribusi positif akan mendorong reputasi perusahaan. Inilah yang menjadi modal *non-financial* utama bagi perusahaan dan *stakeholder* yang menjadi nilai tambah bagi perusahaan untuk tumbuh secara berkelanjutan.
6. Mereduksi biaya  
Banyak contoh yang dapat menggambarkan keuntungan perusahaan yang didapat dari penghematan biaya yang merupakan buah dari implementasi dari penerapan program tanggung jawab sosialnya. Contohnya adalah upaya untuk mereduksi limbah melalui proses *recycle* atau daur ulang kedalam siklus produksi.
7. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan  
Kesejahteraan yang diberikan para pelaku CSR umumnya sudah jauh melebihi standar normatif kewajiban yang dibebankan kepada perusahaan. Oleh karena itu, wajar bila karyawan menjadi terpacu untuk meningkatkan kinerjanya.
8. Melebarkan akses sumber daya  
*Track Record* yang baik dalam pengelolaan CSR merupakan keunggulan bersaing bagi perusahaan yang dapat membantu untuk memuluskan jalan menuju sumber daya yang diperlukan perusahaan.
9. Membentangkan akses menuju market  
Investasi yang ditanamkan untuk program CSR dapat menjadi tiket bagi perusahaan menuju peluang besar yang terbuka lebar. Termasuk memupuk loyalitas konsumen dan menembus pangsa pasar baru.
10. Peluang mendapatkan penghargaan  
Banyak *reward* ditawarkan bagi penggiat CSR sehingga peluang untuk mendapatkan penghargaan cukup tinggi.

#### **2.1.2.5 Tahap-tahap penerapan *Corporate Social Responsibility***

Menurut Yusuf Wibisono (2007) perusahaan-perusahaan yang telah berhasil dalam menerapkan CSR menggunakan pertahapan sebagai berikut :

##### **1. Tahap Perencanaan**

Perencanaan terdiri atas tiga langkah utama yaitu : *Awareness Building*, *CSR Assesement*, dan *CSR manual buildig*. *Awareness Building* merupakan langkah awal untuk membangun kesadaran

mengenai arti penting CSR dan komitmen manajemen. Upaya ini dapat dilakukan antara lain melalui seminar dll. *CSR Assessment* merupakan upaya untuk memetakan kondisi perusahaan dan mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu mendapatkan prioritas perhatian dan langkah-langkah yang tepat untuk membangun struktur perusahaan yang kondusif bagi penerapan CSR secara efektif. Langkah selanjutnya adalah membangun CSR manual. Hasil *assessment* merupakan dasar untuk penyusunan atau pedoman implementasi CSR.

## 2. Tahap Implementasi

Tahap implementasi terdiri atas tiga langkah yaitu sosialisasi, pelaksanaan dan internalisasi. Sosialisasi diperlukan untuk memperkenalkan kepada komponen perusahaan mengenai berbagai aspek yang terkait dengan implementasi CSR khususnya mengenai pedoman penerapan CSR. Tujuan utama sosialisasi ini adalah agar program CSR yang akan diimplementasikan mendapat dukungan penuh dari seluruh komponen perusahaan. Pelaksanaan kegiatan yang dilakukan pada dasarnya harus sejalan dengan pedoman CSR yang ada. Sedangkan internalisasi adalah tahap jangka panjang. Internalisasi ini mencakup upaya-upaya untuk memperkenalkan CSR di dalam seluruh proses bisnis perusahaan misalnya melalui manajemen kinerja dll.

### 3. Tahap Evaluasi

Setelah program CSR diimplementasikan langkah berikutnya adalah evaluasi program. Tahap evaluasi ini adalah tahap yang perlu dilakukan secara konsisten dari waktu ke waktu untuk mengukur sejauh mana efektifitas penerapan CSR.

### 4. Pelaporan

Pelaporan ini diperlukan dalam rangka membangun sistem informasi baik untuk keperluan proses pengambilan keputusan maupun keperluan keterbukaan informasi material dan relevan mengenai perusahaan.

#### **2.1.2.6 Manfaat *Corporate Social Responsibility***

Keberadaan perusahaan idealnya bermanfaat untuk masyarakat sekitar. Prinsip dasar *corporate social responsibility* adalah pemberdayaan masyarakat setempat (Untung 2008:3). Menurut Untung (2008:6) manfaat kegiatan *corporate social responsibility* bagi perusahaan antara lain :

- a. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan.
- b. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial.
- c. Mereduksi risiko bisnis perusahaan.
- d. Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha.
- e. Membuka peluang pasar yang lebih luas.
- f. Mereduksi biaya, misalnya terkait dampaknya pembuangan limbah.
- g. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*.
- h. Memperbaiki hubungan dengan regulator
- i. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan
- j. Peluang mendapatkan penghargaan.

Menurut Edi Suharto (2010:52) jika dikelompokkan, terdapat empat manfaat diterapkannya *Corporate Social Responsibility* yang dapat diperoleh perusahaan, yaitu :

- a. *Brand Differentiation*  
Dalam persaingan pasar yang kian kompetitif, tanggung jawab sosial bisa memberikan citra perusahaan yang khas, naik, dan etis dimata publik yang pada gilirannya menciptakan *customer loyalty*.
- b. *Human Resources*  
Program tanggung jawab sosial dapat membantu dalam perekrutan karyawan baru, terutama yang memiliki kualifikasi tinggi.
- c. *Licences to Operate*  
Perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosial dapat mendorong pemerintah dan publik memberi “izin” bisnis, karena dianggap telah memenuhi standar operasi dan kepedulian terhadap lingkungan dan masyarakat luas.
- d. *Risk Management*  
Manajemen resiko merupakan isu sentral bagi setiap perusahaan. Reputasi perusahaan yang dibangun bertahun-tahun bisa runtuh dalam sekejap oleh skandal korupsi, kecelakaan karyawan, atau kerusakan lingkungan.

Mursitama *et. al.* (2011:27-29) membagi manfaat *corporate social responsibility* kedalam dua kategori, yaitu manfaat internal dan manfaat eksternal.

Manfaat internal dari CSR yaitu :

- a. Pengembangan aktivitas yang berkaitan dengan sumber daya manusia.
- b. Peningkatan performa lingkungan perusahaan.
- c. Menciptakan budaya perusahaan, yaitu integrasi antarfungsi di dalam perusahaan diharapkan dapat terjadi, munculnya efek dari membaiknya reputasi perusahaan.
- d. Kinerja keuangan. Dengan dilakukannya *corporate social responsibility*, kinerja keuangan perusahaan, terutama harga saham bagi perusahaan yang telah *go public*, menjadi lebih baik. Tanggung jawab sosial perusahaan kepada lingkungan memberikan dampak terhadap peningkatan harga saham korporasi.

Manfaat eksternal melakukan *corporate social responsibility* yaitu :

- a. Penerapan *corporate social responsibility* akan meningkatkan reputasi perusahaan sebagai badan yang mengemban dengan baik pertanggungjawaban secara sosial. Hal ini menyangkut pemberian pelayanan yang lebih baik kepada aktor-aktor eksternal atau para pemangku kepentingan eksternal.
- b. *Corporate social responsibility* merupakan satu bentuk diferensiasi produk yang baik. Artinya, sebuah produk yang memenuhi persyaratan-persyaratan ramah lingkungan dan merupakan hasil dari perusahaan yang bertanggungjawab secara sosial. Untuk itu, diperlukan kesesuaian berbagai aktivitas sosial dengan karakteristik perusahaan yang juga khas.
- c. Melaksanakan *corporate social responsibility* dan membuka kegiatan *corporate social responsibility* secara publik merupakan instrumen untuk komunikasi yang baik dengan masyarakat. Hal tersebut akan membantu menciptakan reputasi dan *image* perusahaan yang lebih baik.
- d. Kontribusi *corporate social responsibility* terhadap kinerja perusahaan pun dapat terwujud dalam bentuk dampak positif yang timbul dari berbagai *rewads* atas tingkah laku positif dari perusahaan, kontribusi ini sering disebut sebagai kesempatan dan kemampuan perusahaan untuk munculnya konsekuensi dari tindakan yang buruk atau dikenal sebagai *safety nets* bagi perusahaan (Mursitama et.al. 2011:30-31)

### **2.1.2.7 Teori *Corporare Social Responsibility***

#### **1. Teori *Stakeholder***

Teori *Stakeholder* menyatakan bahwa kesuksesan dan hidup-matinya suatu perusahaan sangat tergantung pada kemampuan perusahaan menyeimbangkan beragam kepentingan dari para *stakeholder* atau pemangku kepentingan. Jika mampu, maka perusahaan akan meraih dukungan yang berkelanjutan dan menikmati pertumbuhan pangsa pasar, penjualan, serta laba. Dalam perspektif teori *stakeholder*, masyarakat dan lingkungan merupakan *stakeholder* inti perusahaan yang harus diperhatikan (Lako, 2011)

Pendapat lain mengenai teori *stakeholder* yaitu bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya* (pemegang saham, kreditur, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain). Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Tamba, 2011).

Hakikatnya, *stakeholder theory* mendasarkan diri pada asumsi, antara lain :

- “1. *The corporation has relationship with many constituency group (stakeholder) that effect and are affected by its decisions.*
2. *The theory is concerded with nature of these relationship in term fo both processes and outcomes for the firm and its stakeholder.*
3. *The interests of all (legitimate) stakeholder have intrinsic value, and o set of interest is assumed to dominate the others.*
4. *The theory focuses on managerial decision making.” (Hadi, 2011:94).*

*Stakeholder* dianggap penting oleh perusahaan dan sangat berpengaruh terhadap jalannya aktivitas perusahaan karena dalam menjalankan usahanya, perusahaan tentu akan berhubungan dengan para *stakeholder* yang jumlahnya banyak sesuai dengan luas lingkup operasi perusahaan. Agar kegiatan usaha berjalan sesuai dengan harapan perusahaan, maka diperlukan adanya hubungan serta komunikasi yang baik antara perusahaan dengan para *stakeholdernya*. Hal ini sesuai dengan pa yang dinyatakan dalam teori *stakeholder*, bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para *stakeholder* yang pada akhirnya perusahaan akan memenuhi segala kebutuhan para *stakeholder* untuk

mendapatkan dukungan seperti apa yang diharapkan oleh perusahaan (Hadi, 2011:96). Menurut Gray et, al. (1995) menyatakan bahwa :

“kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Semakin *powerful stakeholder*, maka semakin besar usaha perusahaan untuk mampu beradaptasi.”

Salah satu strategi untuk menjaga hubungan dengan para *stakeholder* perusahaan adalah dengan melaksanakan maupun mengungkapkan CSR. Pelaksanaan aktivitas sosial dan pengungkapan CSR diharapkan agar keinginan dari *stakeholder* dapat terakomodasi, sehingga akan menghasilkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan *stakeholdernya*. Hubungan yang harmonis akan berkaibat pada perusahaan dapat mencapai keberlanjutan (*sustainability*) atau kelestarian perusahaanya (Putra, 2011).

## 2. Teori Legitimasi

Teori legitimasi menyatakan bahwa organisasi harus secara terus-menerus mencoba untuk meyakinkan mereka (organisasi) melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat. Legitimasi dianggap sebagai asumsi bahwa tindakan yang diinginkan, pantas, atau sesuai dengan sistem, norma, nilai, kepercayaan dan definisi yang dikembangkan secara sosial (Rustiarini, 2011).

Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan. Hal tersebut dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengontruksi strategi perusahaan, terutama terkait

dengan upaya memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat yang semakin maju. Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun non fisik. (Hadi, 2011:87)

Gray et. al, (1996) berpendapat bahwa legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat, pemerintah individu dan kelompok masyarakat. Untuk itu, sebagai suatu sistem yang mengedepankan keberpihakan kepada masyarakat operasi harus kongruen dengan harapan masyarakat.

*Legitimacy gap (in-congruen)* dapat terjadi karena beberapa faktor, seperti :

- a. Ada perubahan dalam kinerja perusahaan tetapi harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan tidak berubah.
- b. Kinerja perusahaan tidak berubah tetapi harapan masyarakat terhadap perusahaan telah berubah.
- c. Kinerja perusahaan dan harapan masyarakat berubah ke arah yang berbeda, atau ke arah yang sama tetapi waktunya berbeda (Hadi, 2011:90).

Upaya yang perlu dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mengelola legitimasi agar efektifitas yaitu dengan cara :

- a. Melakukan identifikasi dan komunikasi/dialog dengan publik.

- b. Melakukan komunikasi/dialog tentang masalah nilai sosial, kemasyarakatan dan lingkungan, serta membangun persepsinya tentang perusahaan.
- c. Melakukan strategi legitimasi dan pengungkapan, terutama terkait dengan masalah CSR (Hadi, 2011:92)

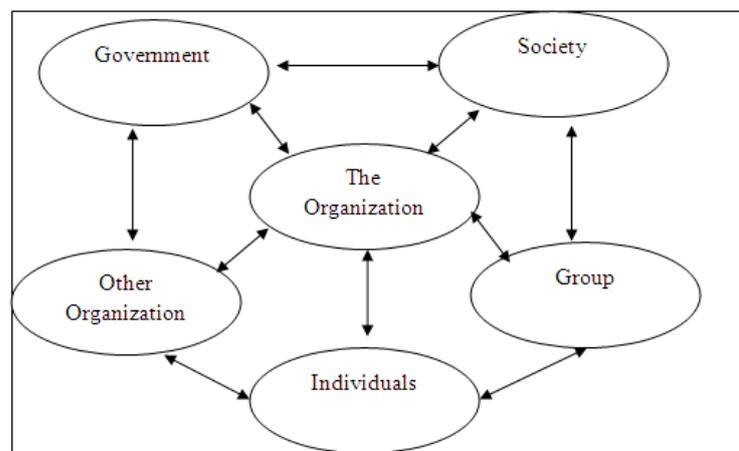
### 3. Teori Kontrak Sosial

Kontrak sosial muncul karena adanya interelasi dalam kehidupan sosial masyarakat agar terjadi keselarasan, keserasian dan keseimbangan termasuk terhadap lingkungan. Perusahaan, yang merupakan kelompok orang yang dimiliki kesamaan tujuan dan berusaha mencapai tujuan secara bersama adalah bagian dari masyarakat dimana antara keduanya saling memengaruhi. Untuk itu, agar terjadi keseimbangan (*equality*), maka perlu kontrak sosial baik secara eksplisit maupun implisit sehingga terjadi kesepakatan-kesepakatan yang saling melindungi kepentingan (Hadi, 2011:95).

Dalam perspektif manajemen kontemporer, teori kontrak sosial menjelaskan hak kebebasan individu dan kelompok, termasuk masyarakat yang dibentuk berdasarkan kesepakatan-kesepakatan yang saling menguntungkan anggotanya. Hal ini sejalan dengan konsep *legitimacy theory* bahwa legitimasi dapat diperoleh manakala terdapat kesesuaian antara keberadaan perusahaan yang tidak mengganggu atau sesuai (*congruence*) dengan eksistensi sistem nilai yang ada dalam masyarakat dan lingkungan (Hadi, 2011:97).

Kontrak sosial dibangun dan dikembangkan, salah satunya untuk menjelaskan hubungan antara perusahaan terhadap masyarakat. Ilustrasi kontak sosial antara perusahaan dengan *stakeholder* dijelaskan dalam gambar dibawah ini :

**Gambar 2.1**  
***Social Contract***



Sumber : Hadi, 2011:97

#### **2.1.2.8 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Pengungkapan CSR merupakan bagian dari akuntansi pertanggungjawaban sosial kepada *stakeholder*. Perusahaan yang telah melaksanakan praktik CSR dapat mengungkapkan pelaksanaan CSR tersebut baik terintegrasi dalam laporan tahunan maupun laporan terpisah yang sering disebut dengan *sustainability report* (Annisa dan Nazar, 2015)

Di Indonesia, pengungkapan CSR diatur dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 tahun 2007 Pada pasal 66 ayat (2) yang menyebutkan bahwa semua perseroan wajib untuk melaporkan pelaksanaan tanggung jawab tersebut di Laporan Tahunan. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk menerapkan CSR

dalam program kerjanya dan mengungkapkan CSR pada laporan tahunan perusahaan. Dengan mengungkapkan CSR perusahaan memang tidak akan mendapatkan profit atau keuntungan secara langsung, yang diharapkan dari kegiatan ini adalah benefit berupa citra perusahaan.

Pengungkapan CSR dalam laporan tahunan dan/atau dalam *sustainability report* merupakan laporan aktivitas tanggungjawab sosial yang telah dilakukan perusahaan baik berkaitan dengan perhatian masalah dampak sosial maupun lingkungan. Laporan tersebut menjadi bagian yang tak terpisahkan dengan laporan tahunan yang dipertanggung jawabkan direksi di depan sidang Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Laporan ini berisi laporan program-program dan lingkungan perseroan yang telah dilaksanakan selama tahun buku terakhir (Hadi, 2011:206).

Standar pengungkapan CSR yang berkembang di Indonesia merujuk pada standar yang telah ditetapkan GRI (*Global Reporting Initiative*). Standar GRI dipilih karena lebih memfokuskan pada standar pengungkapan sebagai kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan perusahaan dengan tujuan meningkatkan kualitas dan pemanfaatan *sustainability reporting* ([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org))

Saat ini standar GRI versi terbaru, yaitu G4 telah banyak digunakan oleh perusahaan di Indonesia. GRI-G4 menyediakan kerangka kerja yang relevan secara global untuk mendukung pendekatan yang terstandarisasi dan konsistensi yang diperlukan untuk membuat informasi yang disampaikan menjadi berguna dan dapat dipercaya oleh pasar dan oleh pasar dan masyarakat. Fitur yang ada di

GRI-G4 menjadikan pedoman ini lebih mudah digunakan baik bagi pelapor yang berpengalaman dan bagi mereka yang baru dalam pelaporan keberlanjutan sektor apapun dan didukung oleh bahan-bahan dan layanan GRI lainnya ([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)).

GRI-G4 juga menyediakan panduan mengenai bagaimana menyajikan pengungkapan keberlanjutan dalam format yang berbeda, baik itu laporan keberlanjutan mandiri, laporan terpadu, laporan tahunan, laporan yang membahas norma-norma internasional tertentu atau pelaporan *online*. Dalam standar GRI-G4, indikator kinerja dibagi menjadi tiga komponen utama, yaitu ekonomi lingkungan hidup dan sosial. Kategori sosial mencakup hak asasi manusia, praktek ketenagakerjaan dan lingkungan kerja, tanggung jawab produk dan masyarakat. Total indikator yang terdapat dalam GRI mencapai 91 item ([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)).

Dalam melakukan penilaian luas pengungkapan CSR, item-item yang akan diberikan skor, mengacu kepada indikator kinerja atau item yang disebutkan GRI-G4 *guideline*. Penjelasan mengenai indikator GRI-G4 dapat dilihat dari tabel berikut :

**Tabel 2.1**

**91 Indikator berdasarkan GRI-G4**

KATEGORI EKONOMI		
Kinerja Ekonomi	EC1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan.
	EC2	Implikasi finansial dan risiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi organisasi karena perubahan iklim.

	EC3	Cakupan kewajiban organisasi atas imbalan pasti.
	EC4	Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah.
Keberadaan Pasar	EC5	Rasio upah standar pegawai pemula ( <i>entry level</i> ) menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi-lokasi operasional yang signifikan
	EC6	Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat lokal di operasi yang signifikan
Dampak Ekonomi Tidak Langsung	EC7	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan.
	EC8	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak.
Praktik Pengadaan	EC9	Perbandingan dan pemasok lokal di operasional yang signifikansi.
KATEGORI LINGKUNGAN		
Bahan	EN1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat dan volume
	EN2	Presentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan input daur ulang
Energi	EN3	Konsumsi energi dalam organisasi
	EN4	Konsumsi energi diluar organisasi
	EN5	Intensitasi energi
	EN6	Pengurangan konsumsi energi
	EN7	Konsumsi energi diluar organisasi
Air	EN8	Total pengambilan air berdasarkan sumber
	EN9	Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air.
	EN10	Presentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali
Keanekaragaman Hayati	EN11	Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola didalam, atau yang berdekatan dengan kawasan lindung dan kawasan dengan keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung.
	EN12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi dikawasan lindung.
	EN13	Habitat yang dilindungi dan dipulihkan.

	EN14	Jumlah total spesies dalam IUCN RED LIST dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat ditempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat risiko kepunahan.
Emisi	EN 15	Emisi gas rumah kaca (GRK) langsung (Cakupan1).
	EN 16	Emisi gas rumah kaca (GRK) energi tidak langsung (Cakupan 1)
	EN 17	Emisi gas rumah kaca (GRK) tidak langsung lainnya (Cakupan 3).
	EN 18	Intensitas emisi gas rumah kaca (GRK)
	EN 19	Pengurangan emisi gas rumah kaca (GRK)
	EN 20	Emisi bahan perusak ozon (BPO)
	EN 21	NO <sub>x</sub> , SO <sub>x</sub> dan emisi udara signifikan lainnya.
Efluen dan Limbah	EN 22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan.
	EN 23	Bobot total berdasarkan jenis dan metode pembuangan.
	EN 24	Jumlah dan volume total tumpahan signifikan.
	EN 25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan Basel 2 Lampiran I, II, III dan VIII yang diangkut impor, diekspor atau diolah dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional.
	EN 26	Identitas, ukuran dan status lindung, dan nilai keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang secara signifikan terkena dampak dari pembuangan dan air limpasan dari organisasi.
Produk dan Jasa	EN 27	Tingkat mitigasi dampak terhadap dampak lingkungan produk dan jasa.
	EN 28	Persentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasikan menurut kategori.
Kepatuhan	EN 29	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan lingkungan.
Transportasi	EN 30	Dampak lingkungan signifikan dari penangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi dan pengangkutan tenaga

		kerja.
Lain-lain	EN 31	Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis.
Asesmen Pemasok	EN 32	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan.
	EN 33	Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasikan dan tindakan yang diambil.
Mekanisme Pengaduan Masalah Lingkungan	EN 34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi.
<b>KATEGORI SOSIAL</b>		
Sub Kategori : Praktik Ketenagakerjaan dan Kenyamanan Bekerja		
Kepegawaian	LA 1	Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan <i>turnover</i> karyawan menurut kelompok umur, gender, dan wilayah.
	LA 2	Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan.
	LA 3	Tingkat kembali bekerja dan tingkat resistensi setelah cuti melahirkan, menurut gender.
Hubungan Industrial	LA 4	Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama.
Kesehatan dan Keselamatan Kerja	LA 5	Persentase total teanga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan kerja.
	LA 6	Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang dan kemangkiran serta jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan gender.
	LA 7	Pekerjaan yang sering terkena atau beresiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka.
	LA 8	Topik kesehatan dan keselamatan tercakup dalm perjanjian formal serikat pekerja.
Pelatihan dan Pendidikan	LA9	Jam pelatihan rata-rata pertahun perkaryawan menurut gender, dan menurut kategori karyawan.
	LA 10	Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti.

	LA 11	Persentase karyawan yang menerima review kinerja dan pengembangan karier secara regular menurut gender dan kategori karyawan.
Keberagaman dan Kesetaraan Peluang	LA 12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan perkategori karya aman menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas dan indikator keberagaman lainnya.
Kesetaraan Remunerasi Perempuan dan Laki-laki	LA 13	Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan, berdasarkan lokasi operasional yang signifikan.
Asesmen Pemasok Terkait Praktik Ketenagakerjaan	LA 14	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan praktik ketenagakerjaan.
	LA 15	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan rantai pasokan dan tindakan yang diambil
	LA 16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui pengaduan resmi.
<b>KATEGORI SOSIAL</b> Sub Kategori : Hak Asasi Manusia		
Investasi	HR 1	Jumlah total dan persentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan klausul hak asasi manusia atau penapisan berdasarkan hak asasi manusia.
	HR 2	Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan/prosedur HAM terkait dengan aspek HAM yang relevan dengan operasi.
Non Diskriminasi	HR 3	Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan korektif yang diambil.
Kebebasan Berserikat dan Perjanjian Kerja Bersama	HR 4	Operasi pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau beresiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama, dan tindakan yang diambil untuk hak-hak tersebut
Pekerja Anak	HR 5	Operasi pemasok yang diidentifikasi beresiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau waib kerja
Pekerja Paksa atau Wajib Kerja	HR 6	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi beresiko tinggi melakukan pekerjaan paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja.
Praktik Pengamanan	HR 7	Persentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia

		di organisasi yang relevan dengan operasi.
Hak Adat	HR 8	Jumlah total insiden pelanggaran yang mengakibatkan hak-hak masyarakat adat dan asasi manusia
Assemen	HR9	Jumlah total dan persentansi operasi yang telah melakukan review atau assemen dampak hak asasi manusia.
Assemen Pemasok atas Hak Asasi Manusia	HR 10	Perentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia.
	HR 11	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil.
Mekanisme Pengaduan Masalah Hak Asasi Manusia	HR 12	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap hak asasi manusia yang diajukan, ditanganidan diselesaikan melalui pengaduan formal.
<b>KATEGORI SOSIAL</b> Sub Kategori : Masyarakat		
Masyarakat Lokal	SO 1	Persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, dampak & pengembangan.
	SO 2	Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal.
Anti Korupsi	SO 3	Jumlah total dan persentase operasi yang dinilai terhadap risiko terkait dengan korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi.
	SO 4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti korupsi..
	SO 5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil.
Kebijakan Publik	SO 6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima/penerima manfaat.
Anti Persaingan	SO 7	Jumlah total tindakan hukum terkait anti persaingan, anti-trust, serta praktik monopoli dan hasilnya.
Kepatuhan	SO 8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan.
Assemen Pemasok atas Dampak Terhadap Masyarakat	SO 9	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria untuk dampak terhadap masyarakat.
	SO 10	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil.
Mekanisme Pengaduan Dampak Terhadap Masyarakat	SO 11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi.

KATEGORI SOSIAL		
Sub Kategori : Tanggungjawab atas Produk		
Kesehatan Keselamatan Pelanggan	PR 1	Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan.
	PR 2	Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa sepanjang daur hidup, menurut jenis hasil.
Pelabelan Produk dan Jasa	PR 3	Jenis Informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti informasi sejenis.
	PR 4	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, menurut jenis hasil.
	PR 5	Hasil Survei untuk mengukur kepuasan pelanggan.
Komunikasi Pemasaran	PR 6	Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan.
	PR 7	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan loda sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi dan sponsor menurut jenis hasil.
Privasi Pelanggan	PR 8	Jumlah totak keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan.
Kepatuhan	PR 9	Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap masing-masing dan peraturan terkait penyediaan dan penggunaan produk dan jasa.

Sumber : [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org) (data diolah, 2016)

Penilaian yang dilakukan dalam mengukur luas pengungkapan CSR dengan pemberian skor 0 dan 1. Dimana 0 untuk *item* yang tidak diungkapkan dan nilai 1 untuk *item* yang diungkapkan oleh perusahaan (Ho dan Taylor. 2007) dalam (Rahayu, 2016). Apabila perusahaan mengungkapkann aktivitas CSR secara penuh maka nilai maksimal yang dicapai yakni 91. Rumus perhitungan CSRI sebagai berikut :

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan :

CSRI<sub>j</sub> : *Corporate Social Responsibility Disclosure index* perusahaan j

n<sub>j</sub> : Jumlah *item* untuk perusahaan j, n<sub>j</sub> = 91 (Skor maksimal)

∑X<sub>ij</sub> : Jumlah total pengungkapan CSR oleh perusahaan

1 = jika *item* diungkapkan, 0 = jika *item* tidak diungkapkan.

Dengan demikian, 0 < CSRI<sub>j</sub> < 1

GRI merupakan kerangka kerja pelaporan keberlanjutan yang paling banyak di gunakan di dunia dalam rangka mendorong transparansi yang lebih besar. Kerangka tersebut menetapkan prinsip dan indikator yang dapat di gunakan organisasi untuk mengukur dan melaporkan kinerja ekonomi, lingkungan dan sosialnya (Aziz, 2014) dalam (Rahayu, 2016)

### 2.1.3 Kepemilikan Institusional

#### 2.1.3.1 Pengertian Kepemilikan Institusional

Menurut Adrian Sutedi (2011:21) kepemilikan institusional adalah

“Kepemilikan saham oleh pihak-pihak yang berbentuk institusi seperti yayasan, bank, perusahaan asuransi, perusahaan investasi, dana pensiun, perusahaan berbentuk perseroan (PT), dan institusi lainnya. Institusi biasanya dapat menguasai mayoritas saham karena mereka sumber daya yang lebih besar dibandingkan dengan pemegang saham lainnya.”

Oleh karena menguasai saham mayoritas, maka pihak institusional dapat melakukan pengawasan terhadap kebijakan manajemen secara lebih kuat dibandingkan dengan pemegang saham lain. (Erida, 2011 dalam Maya Tri, 2011).

Adanya peningkatan institusional di suatu perusahaan akan mendorong peningkatan pengawasan agar lebih optimal terhadap kinerja manajemen, karena kepemilikan saham mewakili suatu sumber kekuasaan yang dapat digunakan untuk mendukung atau sebaliknya terhadap kinerja manajemen. Pengawasan yang dilakukan oleh investor institusional sangat bergantung pada besarnya investasi yang dilakukan. Investor institusional dapat meminta manajemen perusahaan untuk mengungkapkan informasi sosial dalam laporan tahunannya untuk transparansi kepada *stakeholder* untuk memperoleh legitimasi dan menaikkan nilai perusahaan melalui mekanisme pasar modal sehingga mempengaruhi harga saham perusahaan (Annisa dan Nazar, 2015)

Peningkatan kepemilikan institusi menyebabkan pengawasan yang ketat terhadap kinerja manajemen sehingga secara otomatis manajemen akan menghindari perilaku yang merugikan prinsipal. Semakin besar *institutional ownership* maka semakin kuat kendali yang dilakukan pihak eksternal terhadap perusahaan.

Dari berbagai definisi diatas dapat dipahami oleh penulis bahwa kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham yang dimiliki oleh institusi keuangan seperti perusahaan asuransi, bank dan dana pensiun.

### 2.1.3.2 Metode Pengukuran

Struktur kepemilikan saham institusi dapat diukur sesuai dengan proporsi kepemilikan saham yang dimiliki oleh pemilik institusi. Metode pengukuran ini sudah dilakukan oleh beberapa penelitian sebelumnya diantara lain berdasarkan pengukuran yang telah dilakukan oleh (Edi, 2009)

$$\text{Kepemilikan Institusional} = \frac{\text{Jumlah Kepemilikan Saham Oleh Pihak Institusional}}{\text{Jumlah Saham yang beredar}} \times 100\%$$

Total saham institusi yang dimaksud adalah jumlah presentase saham yang dimiliki oleh institusi pada akhir tahun. Sedangkan total saham yang beredar, dihitung dengan menjumlahkan seluruh saham yang diterbitkan oleh perusahaan tersebut pada akhir tahun.

### 2.1.4 Kepemilikan Manajerial

#### 2.1.4.1 Pengertian Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial adalah kondisi yang menunjukkan bahwa manajer memiliki saham dalam perusahaan atau manajer tersebut sekaligus sebagai pemegang saham perusahaan . Pihak tersebut adalah mereka yang duduk di dewan komisaris dan dewan direksi perusahaan. (Rustiarini, 2018) dalam (Maya, 2013) .

Keberadaan manajemen perusahaan mempunyai latar belakang yang berbeda, antara lain : Pertama, mereka mewakili pemegang saham institusi. Kedua, mereka adalah tenaga-tenaga professional yang diangkat oleh pemegang saham dalam Rapat Umum Pemegang Saham. Ketiga, mereka duduk di jajaran

manajemen perusahaan karena turut memiliki saham. Berdasarkan teori keagenan, “hubungan antara manajemen dengan pemegang saham, rawan untuk terjadinya masalah keagenan. Teori keagenan menyatakan bahwa salah satu mekanisme untuk mempekecil adanya konflik agensi dalam perusahaan adalah dengan memaksimalkan jumlah kepemilikan manajerial. Dengan menambah jumlah kepemilikan manajerial, maka manajemen akan merasakan dampak langsung atas setiap keputusan yang mereka ambil karena mereka menjadi pemilik perusahaan” (Rustiarini, 2011)

Peningkatan atas kepemilikan manajerial akan membuat kekayaan manajemen secara pribadi, semakin terkait dengan kekayaan perusahaan sehingga manajemen akan berusaha mengurangi resiko kehilangan kekayaan. Kepemilikan manajerial yang tinggi berakibat ada rendahnya dividen yang dibayarkan kepada *stakeholder*. Hal ini disebabkan karena pembiayaan yang dilakukan oleh manajemen terhadap nilai investasi di masa yang akan datang bersumber dari biaya internal. Untuk meningkatkan *image* perusahaan, manajer akan berusaha untuk mengungkapkan informasi sosial kepada pihak yang berkepentingan meskipun ia harus mengorbankan sumber daya untuk aktivitas tersebut (Gray et Al., 1987) dalam (Maya, 2013)

Dari berbagai definisi diatas dapat dipahami bahwa kepemilikan manajerial adalah kepemilikan saham yang dimiliki oleh manajer perusahaan atau manajer tersebut sekaligus sebagai pemegang saham.

#### 2.1.4.2 Metode Pengukuran

Struktur kepemilikan manajerial dapat diukur sesuai dengan proporsi saham biasa yang dimiliki oleh manajerial. Metode pengukuran ini sudah dilakukan oleh beberapa penelitian sebelumnya diantara lain berdasarkan pengukuran yang dilakukan oleh (Nurainun, Juwita dan Krisnawati, 2012)

$$\text{Kepemilikan Manajerial} = \frac{\text{Jumlah Kepemilikan Saham Oleh Pihak Manajerial}}{\text{Jumlah Saham yang beredar}} \times 100\%$$

Total saham manajerial yang dimaksud adalah jumlah persentase saham yang dimiliki oleh manajemen pada akhir tahun. Sedangkan total saham yang beredar, dihitung dengan menjumlahkan seluruh saham yang diterbitkan oleh perusahaan tersebut pada akhir tahun (Susanti, 2013).

#### 2.1.5 Return On Assets (ROA)

Menurut Smart Graham (2012:46) dalam (Rahmat Juli, 2014) menyatakan *return on assets* sebagai berikut :

*“The return on assets (ROA), often called the return on investment (ROI), measures management’s overall effectiveness in using the firm’s assets to generate return to common stockholder”.*

Menurut Mamduh M. Hanafi dan Halim (2009:84) pengertian *return on assets* adalah :

“*Return on Assets (ROA)* merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat assets yang tertentu”

Sedangkan menurut Agus Sartono (2001:123) adalah sebagai berikut :

“*Return on Assets* menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva yang dipergunakan”

Menurut Mamduh M. Hanafi dan Halim (2009:84), rasio *return on assets* bisa dihitung sebagai berikut :

$$\text{Return On Assets} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Assets}}$$

Menurut I Made Sudana (2011:22), ROA menunjukkan kemampuan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba setelah pajak. ROA ini penting bagi pihak manajemen untuk mengevaluasi efektifitas dan efisiensi manajemen perusahaan dalam mengelola seluruh aktiva perusahaan. Semakin besar ROA, berarti semakin efisien penggunaan aktiva perusahaan atau dengan kata lain dengan jumlah aktiva yang sama bisa dihasilkan laba yang lebih besar, dan sebaliknya.

*Return on assets* merupakan rasio yang menunjukkan berapa besar laba bersih diperoleh perusahaan bila diukur dari nilai aktiva (Harahap, 2013:305). Sedangkan menurut Kasmir (2014:202) *return on assets* merupakan “rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan”. *Return on assets* juga merupakan suatu ukuran tentang efektifitas

manajemen dalam mengelola investasinya. Di samping itu, hasil pengembalian investasi menunjukkan produktivitas dari seluruh dana perusahaan, baik modal pinjaman maupun modal sendiri. Semakin kecil (rendah) rasio ini semakin kurang baik, demikian pula sebaliknya. Artinya rasio ini digunakan untuk mengukur efektifitas dari keseluruhan operasi perusahaan.

Berdasarkan definisi diatas dapat dipahami bahwa *Return On Assets* yaitu kemampuan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba sebelum pajak.

#### **2.1.5.1 Manfaat *Return On Assets* (ROA)**

*Return On Assets* (ROA) memiliki tujuan dan manfaat yang tidak hanya bagi pihak pemilik usaha atau manajemen saja, tetapi bagi pihak luar perusahaan, terutama pihak-pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan.

Menurut Munawir (2007:91) mengemukakan kegunaan dari analisa *Return On Assets* (ROA) adalah sebagai berikut :

1. Sebagai salah satu kegunaannya yang perinsipil ialah sifatnya menyeluruh. Apabila perusahaan sudah menjalankan praktek akuntansi yang baik maka manajemen dengan menggunakan teknik analisa *Return On Assets* (ROA) dapat mengukur efisiensi penggunaan modal yang bekerja, efisiensi produksi dan efisiensi bagian penjualan.
2. Apabila perusahaan dapat mempunyai data industri sehingga dapat diperoleh rasio industri, maka dengan analisa *Return On Assets* (ROA) ini dapat dibandingkan efisiensi penggunaan modal pada perusahaannya dengan perusahaan lain yang sejenis, sehingga dapat diketahui apakah perusahaannya berada dibawah, sama atau di atas rata-ratanya. Dengan demikian akan dapat diketahui dimana

kelemahannya dan apa yang sudah kuat pada perusahaan tersebut dibandingkan dengan perusahaan lain yang sejenis.

3. Analisa *Return On Assets* (ROA) pun dapat digunakan untuk mengukur efisiensi tindakan-tindakan yang dilakukan oleh divisi/bagian, yaitu dengan mengalokasikan semua biaya dan modal ke dalam bagian yang bersangkutan. Arti pentingnya mengukur *rate of return* pada tingkat bagian adalah untuk dapat membandingkan efisiensi suatu bagian dengan bagian yang lain di dalam perusahaan yang bersangkutan.
4. Analisa *Return On Assets* (ROA) juga dapat digunakan untuk mengukur profitabilitas dari masing-masing produk yang dihasilkan perusahaan dengan menggunakan *product cost system* yang baik, modal dan biaya dapat dialokasikan kepada berbagai produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang bersangkutan, sehingga dengan demikian akan dapat dihitung profitabilitas dari masing-masing produk. Dengan demikian manajemen akan dapat mengetahui produk mana yang mempunyai *profit potential* di dalam *longrun*.
5. *Return On Assets* (ROA) selain berguna untuk keperluan kontrol, juga berguna untuk keperluan perencanaan. Misalnya *Return On Assets* (ROA) dapat digunakan sebagian dasar untuk pengambilan keputusan kalau perusahaan akan mengadakan ekspansi.

#### 2.1.5.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Return On Assets* (ROA)

Besarnya *Return On Assets* (ROA) akan berubah apabila terdapat perubahan pada *profit margin* atau *assets turnover*, baik masing-masing atau keduanya. Dengan demikian maka pemimpin perusahaan dapat menggunakan salah satu atau keduanya dalam rangka usaha untuk memperbesar *Return On Assets* (ROA). Menurut Munawir (2007:89) mengemukakan besarnya *Return On Assets* (ROA) dipengaruhi oleh kedua faktor yaitu :

1. *Turnover* dari *operating assets* (tingkat perputaran aktiva yang digunakan untuk operasi).
2. *Profit margin*, yaitu besarnya keuntungan operasi yang dinyatakan dalam persentase dan jumlah bersih. *Profit margin* ini mengukur tingkat keuntungan yang dapat dicapai oleh perusahaan dihubungkan dengan penjualannya.

## 2.6 Ukuran Perusahaan

### 2.6.1 Pengertian Ukuran Perusahaan

Jogiyanto (2013:282) menyatakan ukuran perusahaan adalah sebagai berikut :

“Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara (total aktiva, *log size*, nilai pasar saham, dan lain – lain)”.

Sedangkan Diantimala (2008) mengemukakan bahwa :

“Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan total aktiva, penjualan bersih, dan kapitalisasi pasar perusahaan (*market capitalization*)”.

Semakin besar total aktiva atau penjualan bersih perusahaan maka akan semakin besar ukuran perusahaan begitu juga sebaliknya, semakin rendah total aktiva atau penjualan bersih perusahaan maka semakin kecil pula ukuran perusahaan. Kapitalisasi pasar diukur dengan mengalikan jumlah saham yang beredar dengan harga penutupan saham tersebut. Perusahaan yang memiliki kapitalisasi pasar yang kurang dari 1 triliun menunjukkan bahwa itu perusahaan kecil. Perusahaan dengan nilai kapitalisasi antara 1 triliun sampai 5 triliun menunjukkan perusahaan tersebut berukuran sedang. Sedangkan perusahaan yang memiliki kapitalisasi pasar di atas 5 triliun, menunjukkan bahwa perusahaan tersebut adalah perusahaan besar.

Diantimala (2008) menyatakan bahwa :

“Salah satu tolak ukur yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan adalah ukuran aktiva dari perusahaan tersebut. Perusahaan yang memiliki

total aktiva besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama”.

Beberapa parameter yang digunakan untuk mengukur besar atau kecilnya perusahaan dapat dilihat dari jumlah karyawan, total penjualan dalam satu periode, jumlah saham yang beredar dan total aktiva.

Nurbaety (2013) mengemukakan bahwa ukuran perusahaan dinyatakan sebagai determinan dari struktur keuangan dalam hampir setiap studi alasan yang berbeda :

1. Ukuran perusahaan dapat menentukan tingkat kemudahan perusahaan memperoleh dana dari pasar modal. perusahaan kecil umumnya kekurangan akses ke pasar modal terorganisir, baik untuk obligasi maupun saham. Meskipun mereka memiliki akses, biaya peluncuran dari penjualan sejumlah kecil sekuritas dapat menjadi penghambat. Jika penerbitan sekuritas dapat dilakukan, sekuritas perusahaan kecil mungkin kurang dapat dipasarkan sehingga membutuhkan penentuan harga sedemikian rupa agar investor mendapatkan hasil yang memberikan return lebih tinggi secara signifikan.
2. Ukuran perusahaan menentukan kekuatan tawar – menawar dalam kontrak keuangan. Perusahaan besar biasanya dapat memilih pendanaan dari berbagai bentuk hutang, termasuk penawaran special yang lebih menguntungkan dibandingkan yang ditawarkan perusahaan kecil. Semakin besar jumlah uang yang digunakan, semakin besar kemungkinan – kemungkinan pembuatan kontrak yang dirancang sesuai dengan preferensi kedua pihak sebagai ganti dari penggunaan kontrak standar hutang.
3. Ada kemungkinan pengaruh skala dalam biayadan *return* membuat perusahaan yang lebih besar dapat memperoleh lebih banyak laba. Pada akhirnya, ukuran perusahaan diikuti oleh karakteristik lain yang mempengaruhi struktur keuangan. Karakteristik lain tersebut seperti perusahaan sering tidak mempunyai staf khusus, tidak menggunakan rencana keuangan, dan tidak mengembangkan sistem akuntansi mereka menjadi suatu sistem manajemen.

Berdasarkan definisi diatas dapat dipahami bahwa ukuran perusahaan merupakan nilai penjualan bersih atau perusahaan pada suatu tahun tertentu.

### 2.1.6.1 Klasifikasi Ukuran Perusahaan

Menurut Masud Machfoeds (1994) dalam Fitria Ingga (2015) kategori ukuran perusahaan terbagi menjadi tiga yaitu :

1. Perusahaan besar  
Perusahaan besar adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 10 Milyar termasuk tanah dan bangunan. Memiliki penjualan lebih dari Rp. 50 Milyar pertahun.
2. Perusahaan menengah  
Perusahaan menengah adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih Rp. 1- 10 Milyar termasuk tanah dan bangunan. Memiliki hasil penjualan lebih besar dari Rp. 1 Milyar dan kurang dari Rp. 50 Milyar per tahun.
3. Perusahaan kecil  
Perusahaan kecil adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak 200 juta tidak termasuk tanah dan bangunan dan memiliki hasil penjualan minimal Rp. 1 Milyar per tahun

Sedangkan klasifikasi ukuran perusahaan menurut UU No. 20 Tahun 2008 dibagi kedalam 4 (empat) kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar.

Pengertian dari usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar menurut UU No. 20 Tahun 2008 Pasal 1 (satu) adalah sebagai berikut :

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/ atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh 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 memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih

atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur 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 ekonomi di Indonesia.

#### 2.1.6.2 Metode Pengukuran Ukuran Perusahaan

Untuk melakukan pengukuran terhadap ukuran perusahaan Prasetyantoko (2008:257) mengemukakan bahwa :

“ Aset total dapat menggambarkan ukuran perusahaan, semakin besar ast biasanya perusahaan tersebut semakin besar.”

Selanjutnya, Yogyanto (2007:282) menyatakan bahwa :

“ Ukuran aktiva digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan, ukuran aktiva tersebut diukur sebagai logaritma dari total aktiva”.

Sementara itu, untuk menghitung nilai total assets Asnawi (2005:274) mengemukakan bahwa:

“Nilai total *assets* biasanya bernilai sangat besar dibandingkan dengan variabel keuangan lainnya, untuk itu variabel *assets* diperluas menjadi log *assets* dan ln *assets*”

Ukuran perusahaan yang didasarkan pada total *assets* oleh perusahaan diatur dengan ketentuan BAPEPAM No.11/PM/1997, yang menyatakan bahwa perusahaan menengah atau kecil adalah badan hukum yang didirikan di Indonesia yang memiliki jumlah kekayaan (*tottal assets*) tidak lebih dari Rp. 100.000.000.000 (seratus milyar rupiah).

Alasan menggunakan Ukuran Perusahaan menurut Agnes Sawir (2004:101-102) adalah:

1. Ukuran Perusahaan dapat menentukan tingkat kemudahan perusahaan memperoleh dana dari pasar modal.
2. Ukuran Perusahaan menentukan kekuatan tawar menawar dalam kontrak keuangan
3. Ada pengaruh skala dalam biaya dan return membuat perusahaan lebih besar dapat memperoleh lebih banyak laba.

Berdasarkan uraian diatas, maka untuk menentukan ukuran perusahaan digunakan ukuran aktiva. Ukuran aktiva tersebut sebagai logaritma dari total aktiva. Logaritma digunakan untuk pemerhalus *assets* karena nilai dari *assets* tersebut yang sangat besar dibanding variabel keuangan lainnya.

Variabel ukuran perusahaan diukur dengan Logaritma Natural (Ln) dari total aktiva. Hal ini dikarenakan besar total aktiva masing-masing perusahaan berbeda bahkan mempunyai selisih yang besar, sehingga dapat menyebabkan nilai yang ekstrim.

Indikator yang digunakan untuk mengukur perusahaan menurut Jogiyanto (2013:282) adalah diukur dengan perhitungan logaritma dari total Aktiva

$$\text{Size} = \text{Ln Total Assets}$$

## 2.2 Kerangka Pemikiran

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

lingkungan. Hal ini tercantum dalam PP No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas yang merupakan peraturan pelaksana dari ketentuan Pasal 74 UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Dalam Pasal 6 PP No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas disebutkan “Pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dimuat dalam laporan tahunan Perseroan dan dipertanggungjawabkan kepada RUPS”. Pada Pasal 66 Ayat C Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40/2007 mewajibkan perusahaan mealporikan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan, maka penyedia laporan yang transparan dan akuntebel telah menjadi sebuah kebutuhan sekaligus kewajiban bagi segala pemangku kepentingan perusahaan.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dilakukan oleh berbagai perusahaan yang melakukan kegiatan CSR sebagai bukti informasi bila perusahaan tersebut benar-benar melakukan sesuatu dalam rangka peduli dan ikut berperan serta dalam kegiatan yang bertujuan meningkatkan dampak positif pada komunitas sosial. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Sembiring, 2005).

Di Negara Indonesia belum banyak perusahaan yang mengembangkan program CSR. Terdapat beberapa contoh kasus terkait permasalahan yang muncul dikarenakan perusahaan dalam melaksanakan operasinya kurang memperhatikan

kondisi lingkungan dan masalah sosial. Contohnya, kawasan industri Jababeka di Cikarang ada warga yang hidup penuh keterbatasan dan justru menanggung dampak negatif dari keberadaan Kawasan Industri besar dan pemukiman yang mewah industri seharusnya positif bagi warga sekitar ini malah sebaliknya, ada pengelolaan yang salah. Perusahaan di kawasan Jababeka tidak maksimal menjalankan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) kepada warga. Bahkan ada yang mengalami dampak negatif, seperti banjir yang menunjukkan bahwa tidak adanya perhatian bagi warga sekitar. Kasus lainnya yaitu pada PT Semen Tonasa tidak transparan kepada masyarakat mengenai adanya anggaran yang digelontorkan untuk pengelolaan PT Semen Tonasa. Masyarakat hanya mendapatkan setiap harinya hujan debu, asap tebal dan kebisingan pabrik saat beroperasi.

Namun, dalam beberapa tahun terakhir ini, telah banyak perusahaan yang melaksanakan kegiatan sebagai perwujudan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat. Hal ini tidak terlepas dari adanya aturan yang mewajibkan perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial kepada masyarakat, serta telah tumbuhnya kesadaran dari para pengusaha tentang pentingnya pelaksanaan tanggung jawab sosial untuk kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Pelaksanaan tanggung jawab sosial dapat memperkuat kelangsungan hidup perusahaan, dengan membangun kerja sama di antara *stakeholder* yang difasilitasi oleh perusahaan melalui penyusunan program-program pengembangan masyarakat di sekitar perusahaan (Sudana, 2011:11) dalam (Neneng Fitria, 2015).

Gray *et al.*, (1995) dalam Yuliana dan Purnomosidhi (2008) mengemukakan beberapa teori yang malata belakang perusahaan untuk melakukan pengungkapan sosial yaitu :

1. *“Decision Usefulness Studies*  
Teori ini memasukkan para pengguna laporan akuntansi yang lain selain para investor kedalam kreteria dasar pengguna laporan akuntansi sehingga suatu laporan akuntansi dapat berguna untuk pengambilan keputusan ekonomi oleh semua unsur pengguna laporan tersebut.
2. *Economic Theory Studies*  
Studi ini berdasarkan pada *economic agency theory*. Teori tersebut membedakan bahwa pengelola perusahaan harus memberikan laporan pertanggungjawaban atas segala sumber daya yang dimiliki dan dikelolanya kepada pemilik perusahaan.
3. *Social and Political Studies*  
Sektor ekonomi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan politik, sosial, dan kerangka institusional tempat ekonomi berada. Studi sosial dan politik mencakup dua teori utama, yaitu *stakeholder theory* dan *legitimacy theory*”.

Teori-teorilain yang mendukung praktik CSR yaitu teori kontak sosial. Teori tersebut menjelaskan bahwa perusahaan sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari suatu komunitas.

### **2.2.1 Pengaruh Kepemilikan Institusional Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility**

Perusahaan dengan kepemilikan institusional yang besar (lebih dari 5%) mengindikasikan kemampuannya memonitor manajemen. Hal ini berarti kepemilikan institusi dapat menjadi pendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial. Penjelasan diatas, memberikan pemahaman bahwa dengan tingkat kepemilikan institusional yang semakin tinggi akan meningkatkan tingkat pengawasan terhadap manajemen. Pengungkapan CSR

adalah salah satu aktivitas perusahaan yang dimonitor oleh pemilik saham institusi. (Inayah Adi & Anies Indah, 2012).

Investor institusional umumnya merupakan pemegang saham yang cukup besar karena memiliki pendanaan yang besar. Tingkat kepemilikan institusional yang tinggi menimbulkan usaha pengawasan yang lebih besar untuk menghalangi perilaku *opportunistic* manajer. Dalam penelitian Rustiarini (2011) menemukan adanya hubungan negatif antara kepemilikan saham institusional dengan pengungkapan *corporate social responsibility*. Artinya semakin tinggi tingkat kepemilikan saham oleh institusi maka akan mengurangi tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Soliman (2012) yang mana menemukan adanya hubungan yang positif antara kepemilikan saham institusional dengan pengungkapan *corporate social responsibility*. Artinya semakin besar kepemilikan institusional semakin kuat kendali yang dilakukan pihak eksternal terhadap perusahaan (Nurbaity, 2014).

Kepemilikan institusional dapat meningkatkan kualitas keputusan investasi dalam tanggung jawab sosial, kepemilikan institusional juga dapat mempengaruhi jalannya perusahaan yang pada akhirnya berpengaruh pada kinerja perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu memaksimalkan nilai perusahaan. Institusi dalam kepemilikan saham yang relatif besar dalam perusahaan untuk menyajikan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Hal ini terjadi karena investor institusional dapat melakukan monitoring dan tidak mudah dibohongi oleh tindakan manajer (Puspita dan Sari, 2015). Kepemilikan institusional memiliki kelebihan antara lain :

- 1) Memiliki profesionalisme dalam menganalisis informasi sehingga dapat menguji keandalan informasi;
- 2) Memiliki motivasi yang kuat untuk melakukan pengawasan lebih ketat atas aktivitas yang terjadi didalam perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, dapat dipahami oleh penulis bahwa semakin tinggi tingkat kepemilikan saham insititusal akan meningkatkan pengungkapan *corporate social responsibility*. Maka terdapat pengaruh kepemilikan institusional terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

### **2.2.2 Pengaruh Kepemilikan Manajerial Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Semakin besar kepemilikan manajer di dalam perusahaan maka semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan yang secara tidak langsung akan meningkatkan benefit manajer yang juga sekaligus pemilik perusahaan. Manajer perusahaan akan mengungkapkan informasi social dalam rangka untuk meningkatkan *image* perusahaan, meskipun ia harus mengorbankan sumberdaya untuk aktivitas tersebut. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat kepemilikan manajerial, semakin tinggi pula pengungkapan CSR yang dilakukan (Sembiring. 2005) dalam (Puspitadan Sari, 2015).

Peningkatan atas kepemilikan manajerial akan membuat kekayaan manajemen, secara pribadi, semakin terikat dengan kekayaan perusahaan sehingga manajemen akan berusaha mengurangi resiko kehilangan kekayaan. Kepemilikan manajerial yang tinggi berakibat pada rendahnya deviden yang diayarkan kepada *shareholder*. Hal ini sebabkan karena pembiayaan yang dilakukan oleh

manajemen terhadap nilai investasi di masa yang akan datang bersumber dari biaya internal. Struktur kepemilikan manajerial dapat diukur sesuai dengan proporsi saham biasa yang dimiliki oleh manajerial. Kepemilikan manajerial adalah kondisi yang menunjukkan bahwa manajer memiliki saham dalam perusahaan atau manajer tersebut sekaligus sebagai pemegang saham perusahaan (Rustiarini, 2011 dalam Naila Karima, 2014). Hal ini ditunjukkan dengan besarnya persentase kepemilikan saham oleh pihak manajemen perusahaan. Manajer yang memiliki saham perusahaan tentunya akan menselaraskan kepentingannya sebagai manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan.

Fama dan Jansen (1983) dalam Naila Karima (2014) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat kepemilikan manajemen, semakin tinggi pula motivasi untuk mengungkapkan aktivitas perusahaan yang dilakukan. Kepemilikan manajemen berpengaruh positif terhadap pengeluaran program CSR, namun pada suatu titik tertentu hal tersebut dapat mengurangi nilai perusahaan dan batasan yang telah dicapai sehingga menyebabkan suatu hubungan negative (Morck et al., 1988).

Berdasarkan uraian diatas, dapat dipahami oleh penulis bahwa semakin tinggi kepemilikan saham manajerial maka akan semakin tinggi motivasi perusahaan untuk mengungkapkan aktivitas perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan *image* perusahaan. Maka terdapat pengaruh kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

### **2.2.3 Pengaruh *Return On Assets* (ROA) terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Perusahaan dengan profitabilitas yang bagus menunjukkan bahwa perusahaan berada dalam kondisi kinerja yang baik dan memiliki persaingan yang kuat. Hal ini akan memicu reaksi dari para *stakeholder* untuk mendorong perusahaan dalam melakukan pencapaian usaha perbaikan dan kepedulian terhadap masalah lingkungan dan sosial. Salah satu bentuk implementasi yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi perannya kepada *stakeholder* adalah dengan melaksanakan CSR. Dengan demikian semakin tinggi profitabilitas (ROA) yang dihasilkan maka semakin banyak pengungkapan CSR yang nanti dilakukan oleh perusahaan dalam laporan tahunannya (Putri, 2013) dalam (Sari dan Puspita, 2015).

Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham, sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pula pengungkapan informasi sosialnya (Marbun, 2008) dalam (Anugerah, Hutabarat dan Faradilla, 2010). Dengan semakin meningkatnya profit suatu perusahaan, maka cadangan dana untuk melakukan aktivitas pengungkapan CSR akan semakin besar, hal tersebut karena biaya untuk pelaksanaan pengungkapan CSR sudah tersedia.

Berdasarkan teori *stakeholders*, pengungkapan CSR dilakukan untuk menyeimbangkan konflik antar *stakeholders*. Dengan adanya pengungkapan CSR, *stakeholder* dapat mengevaluasi dan mengetahui sejauh mana perusahaan dalam

melaksanakan peranannya sesuai dengan keinginan *stakeholder*, sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan CSR yang telah dilakukannya. Dalam hal ini, perusahaan dapat menyesuaikan mengenai banyak sedikitnya pengungkapan CSR berdasarkan kebutuhannya akan konflik tiap *stakeholders*. (Rafika dan Yulius, 2014)

Selain itu, hubungan antara profitabilitas dan pengungkapan CSR juga didasari oleh teori legitimasi dimana penungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat. Adanya mekanisme *corporate governance* dan profitabilitas memberikan keyakinan perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Artinya, dengan mekanisme *corporate governance* dan profitabilitas yang mencukupi, perusahaan tetap akan mendapatkan keuntungan positif, yaitu mendapatkan legitimasi dari masyarakat yang pada akhirnya akan berdampak meningkatkan keuntungan perusahaan di masa yang akan datang (Rafika dan Yulius, 2014)

Berdasarkan uraian diatas, dapat dipahami oleh penulis bahwa semakin tinggi profitabilitas (ROA) maka akan semakin banyak pengungkapan CSR. Maka *Return On Assets* mempunyai pengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.

#### **2.2.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Ukuran suatu perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan mereka. Secara umum perusahaan besar akan

mengungkapkan informasi lebih banyak dari pada perusahaan kecil, karena perusahaan besar akan menghadapi resiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil (Marwata, 2001) dalam (Inayah dan Anies.2010). Pengungkapan sosial yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis bagi perusahaan. Dengan mengungkapkan kepedulian pada lingkungan melalui laporan keuangan, maka perusahaan dalam jangka waktu panjang bisa terhindar dari biaya yang sangat besar akibat dari tuntutan masyarakat.

Teori legitimasi dapat menjalankan keterkaitan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan CSR. Berdasarkan teori legitimasi, perusahaan besar memiliki aktivitas yang lebih banyak, sehingga menimbulkan dampak sosial lingkungan yang lebih besar pula dibandingkan dengan perusahaan kecil. Perusahaan besar juga lebih banyak mengungkapkan informasi sosial yang lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan kecil. Dengan mengungkapkan informasi sosial, perusahaan berharap keberadaannya lebih *legitimate* di masyarakat. Hal ini karena perusahaan besar akan menghadapi resiko politis yang lebih besar. Secara teoritis, perusahaan besar tidak lepas dari tekanan politis untuk melakukan pertanggungjawaban sosial. (Setianingrum, 2015)

Ukuran perusahaan menggambarkan besarnya asset yang dimiliki perusahaan. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, karena semakin besar ukuran perusahaan maka makin banyak informasi yang terkandung di dalam perusahaan. Hal ini akan berpengaruh pada tekanan untuk mengolah informasi yang semakin besar, sehingga pihak manajemen semakin memiliki kesadaran yang lebih tinggi mengenai pentingnya informasi dalam

mempertahankan kelangsungan usaha perusahaan. Semakin besar perusahaan, semakin besar pula sumber daya yang dimiliki, maka perusahaan tersebut akan lebih banyak berhubungan dengan *stakeholder*, sehingga diperlukan tingkat pengungkapan dalam tanggung jawab sosial. (Sembiring, 2005).

Berdasar uraian diatas, semakin tinggi ukuran perusahaan maka akan semakin banyak informasi yang terkandung di dalam perusahaan untuk pengungkapan CSR. Maka ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

### 2.1.7 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.2**

**Penelitian Terdahulu Yang Relevan**

No.	Penulis dan Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Adithya Darmawan (2016)	Faktor-faktor yang mempengaruhi tanggung jawab sosial perusahaan	Hasil pengujian hipotesis menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan dan Komite Audit adanya pengaruh terhadap pengungkapan CSR, sedangkan Profitabilitas, Leverage, Kepemilikan Institusional, Dewan Komisaris, Dewan Direksi tidak ada pengaruh	Ukuran perusahaan dan kepemilikan institusional sebagai variabel independen dalam penelitian ini	Kepemilikan manajerial dan <i>return on assets</i> tidak digunakan sebagai variabel independen dalam penelitian ini

			signifikan terhadap pengungkapan CSR		
2.	Nurbaity Yuliani (2014)	Pengaruh struktur Kepemilikan Saham dan Karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Hasil pengujian hipotesis menyatakan bahwa Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Asing, tidak berpengaruh terhadap CSR, sedangkan Pertumbuhan Perusahaan, Leverage berpengaruh signifikan terhadap CSR	Kepemilikan institusional sebagai variabel independen dalam penelitian ini	Kepemilikan manajerial, <i>return on assets</i> dan ukuran perusahaan tidak digunakan sebagai variabel independen dalam penelitian ini
3.	Ni Wayan Rustiarini (2011)	Pengaruh Struktur kepemilikan saham pada pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Hasil pengujian hipotesis menyatakan bahwa Kepemilikan Institusional dan Kepemilikan Manajerial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, sedangkan Kepemilikan Asing berpengaruh terhadap pengungkapan CSR	Kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial sebagai variabel independen dalam penelitian ini	Ukuran perusahaan dan <i>return on assets</i> tidak digunakan sebagai variabel independen dalam penelitian ini
4.	Inayah Adi Sari & Anies Indah	Pengaruh <i>earning management</i> , mekanisme	Hasil pengujian hipotesis menyatakan	Ukuran perusahaan dan kepemilikan	<i>Return on assets</i> dan kepemilikan

	Hariyanti	<i>corporate governance</i> terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> serta implikasinya terhadap <i>return</i> saham	bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, sedangkan Earning Management, Kepemilikan Institusional, Komposisi Dewan Direktur dan Leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.	institusional sebagai variabel independen dalam penelitian ini	manajerial tidak digunakan sebagai variabel independen dalam penelitian ini
5.	Riha Dedi Priantana & Ade Yustian (2011)	Pengaruh stuktur <i>Good Corporate Governance</i> terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> pada perusahaan keuangan yang terdaftar di BEI	Hasil pengujian hipotesis menyatakan bahwa Kepemilikan Manajerial, Dewan Komisaris dan Komposisi Dewan Komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, sedangkan Kepemilikan Institusional dan Komite Audit tidak berpengaruh terhadap CSR.	Kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional sebagai variabel independen dalam penelitian independen	Ukuran perusahaan dan <i>return on assets</i> tidak digunakan sebagai variabel independen dalam penelitian independen
6.	Decky Dermawan & Tita Deitina (2014)	Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Hasil pengujian hipotesis menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan	Ukuran perusahaan sebagai variabel independen dalam penelitian ini	Kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial dan <i>return on assets</i> tidak digunakan sebagai variabel independen

			CSR, sedangkan Profitabilitas, Kepemilikan Publik, Dewan Komisaris, Leverage dan Pengungkapan Media tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>		dalam penelitian ini
--	--	--	--	--	----------------------

### 2.3 Hipotesis

Pengertian hipotesis menurut Sugiyono (2012:64) yaitu :

“Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian belum jawaban yang empiris.”

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

Hipotesis 1 : Kepemilikan Institusional berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Hipotesis 2 : Kepemilikan Manajerial berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Hipotesis 3 : *Return On Assets (ROA)* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Hipotesis 4 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Hipotesis 5 : Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, *Return On Assets* (ROA) dan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

## 2.4 Paradigma Penelitian

