

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN**

### **DAN HIPOTESIS**

#### **2.1 Kajian Pustaka**

Teori yang dijadikan dasar dalam menjelaskan *Slack Resources*, Ukuran Perusahaan dan *Growth* terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan adalah sebagai berikut:

##### **2.1.1 Pengertian Akuntansi dan Akuntansi Keuangan**

###### **2.1.1.1 Pengertian Akuntansi**

Akuntansi berasal dari kata asing *accounting* jika diterjemahkan artinya menghitung dan mempertanggung jawabkan. Akuntansi berperan penting bagi kegiatan bisnis karena digunakan untuk mengambil keputusan. Karena didalamnya ada proses mencatat, mengklasifikasi, meringkas, mengolah dan menyajikan data, transaksi serta kejadian yang berhubungan dengan keuangan sehingga dapat digunakan oleh orang yang menggunakannya.

Menurut Kieso, et al. (2016:2) pengertian akuntansi adalah:

*“Accounting consist of the three basic activities — it identifies, records, and communicates the economic events of an organization to interest users. A company identifies the economic events relevant to its business and then records those events in order to provide a history of financial activities. Recording consists of keeping a systematic, chronological diary*

*of events, measured in dollar and cents. Finally, communicates the collected information to interest user by means accounting reports are called financial statement”.*

Penjelasan diatas dapat diartikan Akuntansi terdiri dari tiga kegiatan yang mendasar yaitu identifikasi, pencatatan dan pengkomunikasian peristiwa ekonomi suatu organisasi kepada pihak yang berkepentingan. Perusahaan mengidentifikasi peristiwa ekonomi sesuai dengan kegiatan usahanya dan mencatat peristiwa tersebut untuk menyediakan catatan kegiatan keuangan. Pencatatan dilaksanakan secara sistematis, kronologis setiap peristiwa, dalam satuan mata uang. Akhirnya pada pengkomunikasian kumpulan informasi tersebut kepada pihak yang berkepentingan dalam bentuk laporan akuntansi atau dikenal dengan laporan keuangan.

Menurut Rudianto (2012:15) akuntansi adalah sebagai berikut:

“ Akuntansi adalah sistem informasi yang menghasilkan informasi keuangan kepada pihak-pihak yang berkepentingan mengenai aktivitas ekonomi dan kondisi suatu perusahaan”.

Menurut Hans Kartikahadi, dkk. (2016:3) pengertian akuntansi adalah:

“Akuntansi adalah suatu sistem informasi keuangan, yang bertujuan untuk menghasilkan dan melaporkan informasi yang relevan bagi berbagai pihak yang berkepentingan”.

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas, sampai pada pemahaman penulis bahwa akuntansi adalah suatu sistem informasi keuangan yang

menyediakan informasi mengenai aktivitas dan keadaan ekonomi suatu perusahaan yang dibutuhkan bagi pihak-pihak yang berkepentingan baik di dalam perusahaan atau diluar perusahaan yang bertujuan untuk pengambilan keputusan.

### **2.1.1.2 Pengertian Akuntansi Keuangan**

Bidang akuntansi keuangan dilihat dari sisi pengguna informasi dibagi menjadi dua yaitu akuntansi manajemen dan akuntansi keuangan. Dalam penulisan laporan akhir ini penulis berfokus pada akuntansi keuangan. Akuntansi keuangan membahas penyusunan laporan keuangan untuk pengguna eksternal.

Menurut Kieso, dkk (2013:2) oleh Emil Salim, akuntansi keuangan (financial accounting) yaitu:

“ Akuntansi keuangan merupakan sebuah proses yang berakhir pada pembuatan laporan keuangan menyangkut perusahaan secara keseluruhan untuk digunakan baik oleh pihak-pihak internal maupun pihak eksternal”.

Menurut Martani (2012:8):

“ Akuntansi keuangan berorientasi pada pelaporan pihak eksternal. Beragamnya pihak eksternal dengan tujuan spesifik bagi masing-masing pihak membuat pihak penyusun laporan keuangan menggunakan prinsip dan asumsi-asumsi dalam penyusunan laporan keuangan. Untuk itu diperlukan standar akuntansi yang dijadikan pedoman baik oleh penyusun maupun oleh pembaca laporan keuangan. Laporan yang dihasilkan dari akuntansi keuangan berupa laporan keuangan untuk tujuan umum (*general purpose financial statement*)”.

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas, sampai pada pemahaman penulis bahwa akuntansi keuangan merupakan proses pembuatan laporan

keuangan oleh pihak penyusunan laporan keuangan yang menyangkut perusahaan secara keseluruhan, untuk digunakan baik oleh pihak-pihak internal maupun pihak eksternal.

## **2.1.2 Slack Resources**

### **2.1.2.1 Pengertian Slack Resources**

Pengungkapan CSR juga dipengaruhi oleh sumber daya (*resources*) yang dimiliki oleh institusi karena pelaksanaan maupun pelaporannya membutuhkan sumber daya yang memadai.

Menurut Folta, Helfat, Karim (2016:376) *slack resources* adalah:

*“Slack Resources have a positive effect on firm performance, a certain level of excess resources provides flexibility to experiment, take risks and undertake proactive initiatives. Firm use this slack to build capabilities that make them competitive while allowing them to make strategic choices”.*

Penjelasan diatas dapat diartikan bahwa kelebihan sumber daya memiliki efek positif pada kinerja perusahaan. Tingkat kelebihan sumber daya tertentu memberikan fleksibilitas untuk bereksperimen, mengambil risiko, dan melakukan inisiatif proaktif. Perusahaan menggunakan *slack* ini untuk membangun kemampuan yang membuatnya kompetitif sementara memungkinkan mereka untuk membuat pilihan strategis.

Menurut Petter Gottschalk, Hans (2009:74) *slack resources* yaitu:

*“Slack is defined as the difference between total resources and total necessary payment. It refers to the excess that remains once an organization has paid its various internal and external constituencies to*

*maintain their cooperation. Slack can further be defined as a cushion of excess resources available in an organization that will either solve many organization problems or facilitate the pursuit of goals outside the realm of those dictated by optimization principles”.*

Penjelasan diatas dapat diartikan bahwa *slack* didefinisikan sebagai perbedaan antara total sumber daya dan total pembayaran yang diperlukan. Ini mengacu pada eksekusi yang tersisa ketika organisasi telah membayar berbagai konstituen internal dan eksternalnya untuk mempertahankan koordinasi mereka. Slack selanjutnya dapat dibedakan sebagai bantalan sumber daya berlebih yang tersedia dalam suatu organisasi yang akan memecahkan banyak masalah organisasi atau memfasilitasi pengejaran tujuan di luar bidang yang ditentukan oleh prinsip-prinsip optimasi.”

*Slack resources* menurut Bourgeois (1981) adalah: “*Cushion of actual or potential resources which allows an organization to adapt successfully to internal pressures for adjustment or to external pressures for change in policy, as well as to initiate changes in strategy with respect to the external environment*”

Penjelasan diatas dapat diartikan bahwa kelebihan sumber daya yang aktual dan potensial yang dimiliki perusahaan yang dapat digunakan untuk beradaptasi terhadap perubahan kondisi dari tekanan internal maupun tekanan eksternal perusahaan. Kelebihan sumber daya yang potensial ini dapat dimanfaatkan perusahaan dengan maksimal sehingga menghasilkan *output* yang maksimal.

Hadirnya *slack resources* akan menentukan kebijakan yang akan ditetapkan oleh perusahaan karena esensi dari sumber tersebut (Bourgeois 1981). Setidaknya ada tiga manfaat hadirnya *slack resources* yang disimpulkan oleh

Bourgeois (1981), yaitu mengurangi konflik kepentingan, mengurangi pengolahan kebutuhan informasi, dan membantu proses politik atau memfasilitasi perilaku strategis tertentu.

Menurut Bernadette (2014:64) *slack resources shields a firm from external risk and uncertainty to some extent, and slack resources in order to counter threats and increase performance.*

Penjelasan diatas dapat diartikan bahwa kelebihan sumber daya melindungi perusahaan dari risiko eksternal dan ketidakpastian sampai batas tertentu, dan kelebihan sumber daya dapat untuk melawan ancaman dan meningkatkan kinerja.

Sayekti (2011) mengatakan bahwa *slack resources* yang dimiliki perusahaan akan mempengaruhi kebijakan perusahaan dalam menentukan seberapa luas keterlibatan mereka dalam aktivitas CSR.

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas, sampai pada pemahaman penulis bahwa *slack resources* merupakan kelebihan sumber daya yang aktual dan potensial yang dimiliki perusahaan yang dapat digunakan untuk melindungi perusahaan dari risiko dari tekanan internal maupun tekanan eksternal perusahaan sehingga dapat memberikan efek positif terhadap kinerja perusahaan.

#### **2.1.2.2 Metode Pengukuran Slack Resources**

*Slack Resources* ini diukur menggunakan nilai dari kas dan setara kas perusahaan. Nilai dari kas dan setara kas ini diubah kedalam logaritma natural kas dan setara kas. Hal itu dilakukan agar data bebas dari data *outlier*.

Pengukuran tersebut sama dengan pengukuran yang digunakan dalam penelitian dari Arora dan Dharwadkar (2011), pengukuran tersebut dirumuskan sebagai berikut:

$$SR = LN \text{ kas dan Setara Kas}$$

Keterangan:

SR: Slack Resources

LN Kas dan Setara Kas: Logaritma Natural Kas dan Setara Kas

Menurut Suri, Ratnam, dan Gutpam (2008:131) adalah:

*“Excellent organizations manage their slack resources better than non-performing organizations. Profitability is a dubious determinant of an organization’s managing slack resources. The cash flow is directly proportional to the slack available in an organization at any point of time.*

Slack Usage Measurement	Slack Variables
-Sales revenue to R and D investment. - Increase in fixed and working capital expenditure and its ratio to sales. -Dividend payout ratios. Higher the above mentioned ratio, lesser the organization's retention of earning to invest in future.	1. Cash flow investment ratio. 2. Sales vs total assets. 3. R&D vs sales revenue. 4. Market to book value. 5. Sales per employee. 6. Debt by equity ratio. 7. Working capital to sales ratio. Dividend pay out ratio.

Berdasarkan uraian diatas dapat bahwa *slack resources* dapat diukur dengan melihat cash flow investment ratio yang berdasarkan pada laporan arus kas perusahaan, karena arus kas berbanding lurus dengan kelebihan sumber daya yang tersedia di suatu organisasi pada setiap titik waktu.

Pada penelitian ini *slack resources* diukur menggunakan Log Natural Kas dan Setara Kas, seperti penelitian yang dilakukan oleh Arora dan Dharwadkar

(2011), nilai kas dan setara kas di transformasi menjadi logaritma natural kas dan setara kas agar terhindar dari data yang bersifat *outlier*.

### **2.1.3 Ukuran Perusahaan**

#### **2.1.3.1 Pengertian Ukuran Perusahaan**

Ukuran secara umum dapat diartikan sebagai suatu perbandingan besar kecilnya suatu objek dan ukuran perusahaan merupakan penilaian untuk menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Menurut Agus Sartono (2010:249) Ukuran perusahaan adalah:

“Perusahaan besar yang sudah *well established* akan lebih mudah memperoleh modal dipasar dibandingkan dengan perusahaan kecil. Karena kemudahan akses tersebut berarti perusahaan besar memiliki fleksibilitas yang besar.”

Menurut Kurniasih (2012:148) pengertian ukuran perusahaan adalah:

“Ukuran perusahaan merupakan nilai yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan”.

Menurut Riyanto (2013:313) Ukuran perusahaan sebagai berikut:

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

Menurut Jogiyanto Hartono (2015:282):



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

Berdasarkan pengertian diatas, sampai pada pemahaman penulis bahwa ukuran perusahaan merupakan skala yang menunjukkan besar, atau kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai equity, penjualan atau nilai aktiva untuk dijadikan sebagai pengendalian dalam mencapai tujuan.

### **2.1.3.2 Klasifikasi Ukuran Perusahaan**

Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, ukuran perusahaan dapat diklasifikasikan ke dalam 4 kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar. Pengklasifikasian ukuran perusahaan tersebut didasarkan pada total asset yang dimiliki dan total penjualan tahunan perusahaan. Dalam UU No. 20 Tahun 2008 pasal 1 mendefinisikan usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar yang berbunyi:

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 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 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 usaha 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.”

Adapun kriteria ukuran perusahaan yang diatur dalam UU No. 20 tahun 2008 pasal 6, kriteria usaha kecil/ukuran perusahaan kecil sampai ukuran perusahaan besar dapat dilihat dari segi keuangan dalam modal yang dimilikinya adalah:

1. “Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:
  - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
  - b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
2. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:
  - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
  - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
3. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:
  - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
  - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).
4. Kriteria sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a, huruf b, dan ayat (2) huruf a, huruf b, serta ayat (3) huruf a, huruf b nilai nominalnya dapat diubah sesuai dengan perkembangan perekonomian yang diatur dengan Peraturan Presiden.”

### 2.1.3.3 Metode Pengukuran Ukuran Perusahaan

Menurut Werner R. Murhadi (2013), firm size diukur dengan mentrasformasikan total aset yang dimiliki perusahaan ke dalam bentuk logaritma natural. Ukuran perusahaan diproksikan dengan menggunakan Log Natural Total Aset dengan tujuan agar mengurangi fluktuasi data yang berlebih. Dengan menggunakan log natural, jumlah aset dengan nilai ratusan miliar bahkan triliun akan disederhanakan, tanpa mengubah proporsi dari jumlah aset yang sesungguhnya.

Menurut Hartono (2015:254), ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan yang dapat diukur dengan total aktiva/ besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aktiva. Sehingga ukuran perusahaan bisa dihitung dengan rumus:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \ln (\text{Total Aktiva})$$

Berdasarkan uraian diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa ukuran perusahaan merupakan jumlah asset yang dimiliki perusahaan, yang diukur dengan cara logaritma natural dari total asset perusahaan, namun terdapat cara lain dalam mengukur Ukuran Perusahaan dengan menghitung penjualan dari perusahaan tersebut hal ini sesuai dengan penelitian sebagai berikut.

Sedangkan Menurut Niresh dalam Rasyid (2014), ukuran perusahaan dapat diukur dengan total penjualan. Sebuah perusahaan diharapkan mempunyai penjualan yang terus meningkat, karena ketika penjualan semakin meningkat

perusahaan dapat menutup biaya yang keluar pada saat proses produksi dengan begitu laba perusahaan akan meningkat yang selanjutnya akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Sehingga ukuran perusahaan bisa dihitung dengan rumus:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \ln (\text{Total Penjualan})$$

Berdasarkan uraian diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa ukuran perusahaan merupakan jumlah penjualan yang dimiliki perusahaan, yang diukur dengan cara logaritma natural dari total penjualan perusahaan.

Pada penelitian ini ukuran perusahaan diukur menggunakan Log Natural Total Aset dengan tujuan agar mengurangi fluktuasi data yang berlebih. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Widiastuti, Utami, Handoko (2018), bahwa ukuran perusahaan mengindikasikan skala kegiatan operasi perusahaan. Semakin besar skala kegiatan operasi perusahaan maka semakin besar perusahaannya.

#### **2.1.4 Growth**

##### **2.1.4.1 Pengertian Growth**

Pertumbuhan perusahaan mencerminkan peningkatan kinerja keuangan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan menjadi salah satu pertimbangan para investor untuk mengalokasikan modalnya.

Pengertian *Growth* menurut Kasmir (2012:107) adalah sebagai berikut:

“ Rasio pertumbuhan yaitu merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan mempertahankan posisi ekonominya ditengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya. Dalam rasio pertumbuhan yang dianalisis adalah pertumbuhan penjualan, pertumbuhan laba bersih, pertumbuhan pendapatan per saham, dan pertumbuhan dividen per saham”.

Pengertian *Growth* menurut Irham Fahmi (2011:137) adalah sebagai berikut:

“ Rasio pertumbuhan yaitu rasio yang mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisinya di dalam industry dan dalam perkembangan ekonomi secara umum. Rasio pertumbuhan ini yang umum dilihat dari berbagai segi yaitu dari segi *sales* (penjualan), *earning after tax* (EAT), laba per lembar saham, dividen per lembar saham, dan harga pasar per lembar saham”.

Pengertian *Growth* menurut Sofyan (2013:309) adalah sebagai berikut:

“Rasio pertumbuhan menggambarkan persentase pertumbuhan pos-pos perusahaan dari tahun ke tahun. Rasio ini terdiri atas kenaikan penjualan, kenaikan laba bersih, *earning per share*, dan kenaikan *dividen per share*.”

Berdasarkan beberapa definisi diatas sampai pada pemahaman penulis bahwa rasio pertumbuhan merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisi ekonominya dari tahun ke tahun.

#### **2.1.4.3 Jenis-Jenis dan Pengukuran *Growth***

Menurut Kasmir (2012:107) rasio pertumbuhan ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Pertumbuhan penjualan.  
Pertumbuhan penjualan menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan penjualannya dibandingkan dengan total penjualan secara keseluruhan.

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Penjualan tahun}_t - \text{Penjualan tahun}_{t-1}}{\text{Penjualan tahun}_{t-1}}$$

2. Pertumbuhan laba bersih.

Pertumbuhan laba bersih menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan kemampuannya untuk memperoleh keuntungan bersih dibandingkan dengan total keuntungan secara keseluruhan.

$$\text{Pertumbuhan Laba Bersih} = \frac{\text{Lababersih tahun}_t - \text{Lababersih tahun}_{t-1}}{\text{Laba bersih tahun}_{t-1}}$$

3. Pertumbuhan pendapatan per saham.

Pertumbuhan pendapatan per saham menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan kemampuannya untuk memperoleh pendapatan atau laba per lembar saham dibandingkan dengan total laba per saham secara keseluruhan.

$$\text{Pertumbuhan pendapatan per saham} = \frac{\text{Laba per saham tahun}_t - \text{Laba per saham tahun}_{t-1}}{\text{Laba per saham tahun}_{t-1}}$$

4. Pertumbuhan dividen per saham.

Pertumbuhan dividen per saham menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan kemampuannya untuk memperoleh dividen saham dibandingkan dengan total dividen per saham secara keseluruhan.

$$\text{Pertumbuhan dividen per saham} = \frac{\text{dividen per saham tahun}_t - \text{dividen per saham tahun}_{t-1}}{\text{dividen per saham tahun}_{t-1}}$$

Pada penelitian ini *growth* atau pertumbuhan perusahaan diukur menggunakan pertumbuhan penjualan dengan tujuan akan menghasilkan

keuntungan di masa depan, sehingga menarik para investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Widiastuti, Utami, Handoko (2018), bahwa *growth* atau pertumbuhan perusahaan menjadi salah satu pertimbangan para investor untuk mengalokasikan modalnya.

## **2.1.5 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

### **2.1.5.1 Pengertian Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*)**

Dalam akuntansi konvensional, pusat perhatian perusahaan hanya terbatas kepada stockholders dan bondholders yang secara langsung memberikan kontribusinya bagi perusahaan, sedangkan pihak lain sering diabaikan. Berbagai kritikan muncul terhadap konsep akuntansi konvensional, karena akuntansi konvensional dianggap tidak dapat mengakomodasi kepentingan secara luas. Hal ini mendorong munculnya konsep akuntansi yang baru, yang disebut sebagai tanggungjawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR).

CSR merujuk pada transparansi pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan atas kegiatan atau aktivitas yang dilakukannya. Transparansi informasi yang diungkap tidak hanya informasi mengenai keuangan perusahaan saja, tetapi juga informasi mengenai dampak sosial dan lingkungan hidup yang diakibatkan oleh aktivitas perusahaan. Menurut Hery (2012:138) bahwa:

“Konsep CSR dapat dijadikan sebagai alat untuk menciptakan hubungan kemitraan bisnis yang baik dengan para *stakeholders* dan sekaligus mendorong penciptaan nilai-nilai sosial kemasyarakatan dan lingkungan. Lebih lanjut, CSR adalah sebuah mekanisme bagi suatu organisasi untuk

secara sukarela mengintegrasikan perhatian mereka terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggungjawab organisasi di bidang hukum”.

Menurut Rahmawati (2012:180):

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) merupakan 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 lembaga *The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* dalam Rusdianto (2013:7), mendefinisikan Corporate Social Responsibility sebagai:

*“Corporate social responsibility is the continuing commitment by business to behave ethical and contribute to economic development while improving the quality of life of the the workforce and their families as well as of local community and society at large”.*

Penjelasan diatas dapat diartikan CSR sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan, keluarga, komunitas setempat, maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan yang bermanfaat bagi bisnis maupun untuk pembangunan.

Menurut Hery (2012:140) CSR diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. Laporan tersebut merupakan pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh, serta kinerja



organisasi dalam konteks pembangunan berkelanjutan. *Sustainability Reporting* harus menjadi dokumen strategis yang berlevel tinggi, yang menempatkan isu, tantangan, dan peluang *Sustainability Development* menuju kepada *core business* perusahaan.

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas, sampai pada pemahaman penulis bahwa CSR merupakan komitmen perusahaan untuk memberikan kontribusi jangka panjang terhadap satu *issue* tertentu di masyarakat atau lingkungan untuk dapat menciptakan lingkungan yang lebih baik. Kontribusi dari perusahaan ini bisa berupa banyak hal, misalnya bantuan dana, bantuan tenaga ahli, bantuan berupa barang, dan lain-lain.

#### **2.1.5.2 Pengertian Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility Disclosure*)**

Pengungkapan kinerja lingkungan, sosial, dan ekonomi di dalam laporan tahunan atau laporan terpisah adalah untuk mencerminkan tingkat akuntabilitas, responsibilitas, dan transparansi korporasi kepada investor dan pemangku kepentingan lainnya. Pengungkapan tersebut bertujuan untuk menjalin hubungan komunikasi yang baik dan efektif antara perusahaan dengan public dan pemangku kepentingan lainnya tentang bagaimana perusahaan telah mengintegrasikan lingkungan dan sosial dalam setiap aspek kegiatan operasinya.

Pengungkapan CSR yang sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, atau *social accounting* merupakan proses

pengomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Hal tersebut memperluas tanggung jawab organisasi di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham. Perluasan tanggung jawab ini dibuat dengan asumsi bahwa perusahaan tidak hanya sekedar mencari laba untuk kepentingan pemegang saham.

Menurut Hery (2012:143) pengertian pengungkapan (*disclosure*) adalah sebagai berikut:

“ Pengungkapan (*disclosure*) dapat didefinisikan sebagai penyajian sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal yang efisien. Pengungkapan ada yang bersifat wajib (*mandatory*) yaitu pengungkapan informasi wajib dilakukan oleh perusahaan yang didasarkan pada peraturan atau standar tertentu, dan ada yang bersifat sukarela (*voluntary*) yang merupakan pengungkapan informasi diluar persyaratan minimum dari peraturan yang berlaku”.

Setiap unit atau pelaku ekonomi selain berusahan memenuhi kepentingan pemegang saham dan mengonsentrasikan diri pada pencapaian laba juga mempunyai tanggungjawab sosial, dan hal itu perlu diungkapkan dalam laporan tahunan, sebagaimana dinyatakan dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 per 1 Juli 2009 paragraf kesembilan:

“ Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri di mana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting”.\

Menurut Kartini (2013:56), definisi Corporate Social Responsibility (CSR)

Disclosure adalah sebagai berikut:

“ Pengungkapan CSR merupakan cara pemberian informasi dan pertanggungjawaban dari perusahaan terhadap stakeholders. Hal ini juga merupakan salah satu cara untuk mendapatkan, mempertahankan serta meningkatkan legitimasi stakeholders”.

Menurut (Rahmawati, 2012:183) bahwa:

“ Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting*, atau *corporate social responsibility* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan.”

Menurut Andreas, Desmiyawati dkk (2015) bahwa:

*“ Corporate Social Responsibility disclosure is the disclosure of all information related to social responsibility activities that have been implemented by companies. Corporate Social Responsibility disclosure was measured by Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRDI) which refers Global Report Initiatives (GRI) indicators.”*

Berdasarkan beberapa definisi diatas sampai pada pemahaman penulis bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility disclosure*) merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan.

Dengan melakukan CSR maka perusahaan ikut peduli terhadap kesejahteraan masyarakat serta lingkungan hidup di sekitar. Agar masyarakat dapat mengetahui tindakan CSR yang telah dilakukan oleh perusahaan, maka perlu adanya pengungkapan tanggung jawab sosial, pengungkapan ini tercantum dalam laporan tahunan perusahaan.

### **2.1.5.3 Faktor-faktor Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan**

#### ***(Corporate Social Responsibility Disclosure)***

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut Rusdianto (2013:44) menjelaskan ada banyak hal yang membuat perusahaan mengungkapkan CSR-nya yaitu:

1. Keinginan untuk mematuhi persyaratan yang terdapat dalam undang-undang.
2. Pertimbangan rasionalitas ekonomi.
3. Keyakinan dalam proses akuntabilitas untuk melaporkan.
4. Keinginan untuk memenuhi persyaratan pinjaman.
5. Pemenuhan kebutuhan informasi pada masyarakat.
6. Sebagai konsekuensi atas ancaman terhadap legitimasi perusahaan.
7. Untuk mengukur kelompok stakeholders yang mempunyai pengaruh yang kuat.
8. Untuk mematuhi persyaratan industri tertentu.
9. Untuk mendapatkan penghargaan pelaporan tertentu.

### **2.1.5.4 Ruang Lingkup Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan**

#### ***(Corporate Social Responsibility Disclosure)***

Ada tiga dimensi yang harus diperhatikan, sehubungan dengan ruang lingkup *Corporate Social Responsibility*. Menurut Azheri (2012:36) yaitu:

1. "*Corporate Philanthropy* adalah usaha-usaha amal yang dilakukan oleh suatu perusahaan, dimana usaha-usaha amal ini tidak berhubungan secara langsung dengan kegiatan normal perusahaan. Usaha-usaha amal ini dapat berupa tanggapan langsung perusahaan atas permintaan dari luar perusahaan atau juga berupa pembentukan suatu badan tertentu, seperti yayasan untuk mengelola usaha amal tersebut.
2. *Corporate Social Responsibility* adalah usaha sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan ketika sedang mengejar profitabilitas sebagai tujuan perusahaan.
3. *Corporate Policy* adalah berkaitan erat dengan bagaimana hubungan perusahaan dengan pemerintah yang berkaitan dengan posisi tawar suatu

perusahaan dengan adanya berbagai kebijaksanaan pemerintah yang mempengaruhi perusahaan maupun masyarakat secara keseluruhan”.

#### **2.1.5.5 Manfaat Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility Disclosure*)**

Substansi keberadaan CSR adalah memperkuat keberlanjutan perusahaan dengan jalan membangun kerja sama antar *stakeholder*, yang difasilitasi perusahaan dengan menyusun program-program pengembangan bagi masyarakat sekitarnya.

Menurut Rusdianto (2013:13) terdapat manfaat Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* bagi perusahaan yang menerapkannya, yaitu:

1. “Membangun dan menjaga reputasi perusahaan.
2. Meningkatkan citra perusahaan.
3. Melebarkan cakupan bisnis perusahaan.
4. Mempertahankan posisi merek perusahaan.
5. Mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas.
6. Kemudahan memperoleh akses terhadap modal (*capital*).
7. Meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis.
8. Mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*)”.

Menurut Rusdianto (2013:13) bahwa:

“Keputusan perusahaan untuk melaksanakan *Corporate Social Responsibility* secara berkelanjutan, merupakan keputusan yang rasional. Sebab implementasi program *Corporate Social Responsibility* akan menimbulkan efek lingkaran emas yang tidak hanya bermanfaat bagi perusahaan, melainkan juga *stakeholder*. Bila *Corporate Social Responsibility* mampu dijalankan secara efektif maka dapat memberikan manfaat tidak hanya bagi perusahaan, melainkan juga bagi masyarakat, pemerintah dan lingkungan.”

#### **2.1.5.6 Indikator Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility Disclosure*)**

*Global Reporting Initiative (GRI)*, yang merupakan panduan pelaporan perusahaan untuk mendukung pembangunan berkelanjutan yang digagas oleh PBB lewat *Coalition for Environmental Economies (CERES)* dan (UNEP) pada tahun 1997. GRI merupakan organisasi non-profit yang mempromosikan keberlanjutan sosial, ekonomi, dan lingkungan. GRI menyediakan kerangka pelaporan keberlanjutan yang komprehensif bagi semua perusahaan dan organisasi yang banyak digunakan diseluruh dunia. Pedoman pengungkapan GRI terdiri dari G3, G3.1, dan G4. G3 atau yang sering dikenal dengan G 3.0 merupakan versi awal dari pedoman GRI yang terdiri dari 79 indikator dan merupakan pedoman yang sering digunakan sampai saat ini. G3.1 merupakan versi pengembangan dari G3 yang didalamnya terkandung 84 indikator termasuk 79 indikator yang digunakan sebelumnya pada G3 dengan beberapa perubahan dan tambahan-tambahan lainnya yang dinilai lebih menyempurnakan pedoman GRI. G4 merupakan pedoman terbaru yang memiliki 91 indikator.

Indikator-indikator dalam *GRI Standard Disclosure G4*, terdiri dari 3 komponen:

1. Indikator Kinerja Ekonomi (*Economic Performance Indicator*)
2. Indikator Kinerja Lingkungan (*Environmental Performance Indicator*)
3. Indikator Kinerja Sosial (*Social Performance Indicators*), terdiri dari 4 aspek, yaitu:

- a. Indikator Kinerja Praktek Kerja & Kelayakan Kerja (*Labor Practices & Decent Work Performance Indicator*)
- b. Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia (*Human Rights Performance Indicator*)
- c. Indikator Kinerja Masyarakat (*Society Performance Indicator*)
- d. Indikator Kinerja Tanggung Jawab Produk (*Product Responsibility Performance Indicator*)

**Tabel 2.1**  
**91 Indikator Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***  
**Berdasarkan GRI-G4**

KATEGORI	KODE	KETERANGAN
<b>KATEGORI EKONOMI</b>		
-Kinerja Ekonomi	EC1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan
	EC2	Implikasi finansial dan risiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi karena perubahan iklim
	EC3	Cakupan kewajiban organisasi atas program imbalan pasti
	EC4	Bantuan financial yang diterima dari pemerintah
-Keberadaan Pasar	EC5	Rasio upah standar pegawai pemula (entry level) menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi-lokasi operasional yang signifikan
	EC6	Perbandingan manajemen senior yang diperkerjakan dari masyarakat lokal di lokasi 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
-Praktek Pengadaan	EC9	Perbandingan dari pembelian pemasok lokal di operasional yang signifikan
<b>KATEGORI LINGKUNGAN</b>		
-Bahan	EN1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat atau volume
	EN2	Persentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan input daur ulang
-Energi	EN3	Konsumsi energi dalam organisasi
	EN4	Konsumsi energi diluar organisasi
	EN5	Intensitas Energi
	EN6	Pengurangan Konsumsi Energi
-Air	EN7	Konsumsi energi diluar organisasi
	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 nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung.
	EN12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung
	EN13	Habitat yang dilindungi dan dipulihkan
	EN14	Jumlah total spesies dalam iucn res list dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat di tempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat risiko kepunahan
-Emisi	EN15	Emisi gas rumah kaca (GRK) langsung (Cakupan 1)
	EN16	Emisi gas rumah kaca (GRK) energi tidak langsung (Cakupan 2)



	EN17	Emisi gas rumah kaca (GRK) tidak langsung lainnya (Cakupan 3)
	EN18	Intensitas emisi gas rumah kaca (GRK)
	EN19	Pengurangan emisi gas rumah kaca (GRK)
	EN20	Emisi bahan perusak ozon (BPO)
	EN21	NOX, SOX, dan emisi udara signifikan lainnya
-Efluen dan Limbah	EN22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan
	EN23	Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
	EN24	Jumlah dan volume total tumpahan signifikan
	EN25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi Basel2 Lampiran I, II, III, dan VIII yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah, dan presentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional
	EN26	Identitas, ukuran, 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	EN27	Tingkat mitigasi dampak terhadap dampak lingkungan produk dan jasa
	EN28	Presentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasi menurut kategori
-Kepatuhan	EN29	Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan lingkungan.
-Transportasi	EN30	Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi, dan pengangkutan tenaga kerja
Lain-lain	EN31	Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan

		jenis
Asesmen Pemasok Atas Lingkungan	EN32	Presentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan
	EN33	Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Mekanisme Pengaduan Masala Lingkungan	EN34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
<b>KATEGORI SOSIAL</b>		
<b>SUB-KATEGORI : PRAKTEK KETENAGAKERJAAN DAN KENYAMANAN BEKERJA</b>		
Kepegawaian	LA1	Jumlah total dan tingkat pengkrekrutan karyawan baru, dan turnover karyawan menurut kelompok umur, gender, dan wilayah
	LA2	Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan
	LA3	Tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan, menurut gender
Hubungan Industrial	LA4	Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama
Kesehatan dan Keselamatan Kerja	LA5	Presentase total kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen-pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja
	LA6	Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang, dan kemangkiran, serta jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan gender
	LA7	Pekerja yang sering terkena atau

		berisiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka
	LA8	Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja
Pelatihan dan Pendidikan	LA9	Jam pelatihan rata-rata per tahun per karyawan menurut gender, dan menurut kategori karyawan
	LA10	Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti
	LA11	Presentase karyawan yang menerima review kinerja dan pengembangan karier secara reguler, menurut gender dan kategori karyawan
Keberagaman dan Kesetaraan Peluang	LA12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya
	LA13	Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan berdasarkan lokasi operasional yang signifikan
Asesmen Pemasok Terkait Praktik Ketenagakerjaan	LA14	Presentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan
	LA15	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
<b>SUB-KATEGORI : HAK ASASI MANUSIA</b>		
Investasi	HR1	Jumlah total dan presentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan klausul terkait hak asasi manusia atau penapisan berdasarkan hak asasi manusia
	HR2	Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan atau prosedur hak asasi manusia terkait dengan aspek hak asasi manusia yang relevan dengan operasi, termasuk presentase karyawan

		yang dilatih
Non Diskriminasi	HR3	Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan korektif yang diambil
Kebebasan Berserikat dan Perjanjian Kerja Bersama	HR4	Operasi pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau berisiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut
Pekerja Anak	HR5	Operasi dan pemasok yang teridentifikasi berisiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerja anak yang efektif
Pekerja Paksa Atau Wajib Kerja	HR6	Operasi dan pemasok yang teridentifikasi berisiko tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja
Praktik Pengaman	HR7	Presentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia di organisasi yang relevan dengan operasi
Hak Adat	HR8	Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil
Asesmen	HR9	Jumlah total dan presentase operasi yang telah melakukan review atau asesmen dampak hak asasi manusia
Asesmen Pemasok Atas Hak Asasi Manusia	HR10	Presentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia
	HR11	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Mekanisme Pengaduan Masalah Hak Asasi Manusia	HR12	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap hak asasi manusia yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal
<b>SUB-KATEGORI MASYARAKAT</b>		

Masyarakat Lokal	SO1	Presentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan
	SO2	Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal
Anti Korupsi	SO3	Jumlah total dan presentase operasi yang dinilai terhadap resiko terkait dengan korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi
	SO4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti-korupsi
	SO5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil
Kebijakan Publik	SO6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima/penerima manfaat
Anti Persaingan	SO7	Jumlah total tindakan hukum terkait anti persaingan, anti-trust, serta praktik monopoli dan hasilnya
Kepatuhan	SO8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan
Asesmen Pemasok Atas Dampak Terhadap Masyarakat	SO9	Presentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria untuk dampak terhadap masyarakat
	SO10	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Mekanisme Pengaduan Dampak Terhadap Masyarakat	SO11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
<b>SUB-KATEGORI : TANGGUNG JAWAB ATAS PRODUK</b>		
Kesehatan Keselamatan Pelanggan	PR1	Presentase kategori produk dan jasa yang signifikan dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan
	PR2	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	PR3	Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, serta presentase kategori produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan informasi sejenis
	PR4	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, menurut jenis hasil
	PR5	Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan
Komunikasi Pemasaran	PR6	Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan
	PR7	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promisi dan sponsor, menurut jenis hasil
Privasi Pelanggan	PR8	Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan
Kepatuhan	PR9	Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait penyediaan dan penggunaan produk dan jasa

Sumber: *Global Reporting Initiative*

### 2.1.5.7 Metode Pengukuran Pengungkapan Tanggungjawab Sosial

#### **Perusahaan (*Corporate Social Responsibility Disclosure*)**

Corporate social responsibility disclosure diukur dengan angka indeks Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRDI) hasil content analysis,

berdasarkan indikator GRI (Global Reporting Initiatives)-G4 yang terdiri dari 91 item. Indikator GRI dipilih karena merupakan aturan internasional yang telah diakui oleh perusahaan di dunia. Pendekatan untuk menghitung CSRDI pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu item CSR diberi score 1 jika diungkapkan dan score 0 jika tidak diungkapkan (Pradipta, 2015). Selanjutnya skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan score untuk setiap perusahaan.

GRI-G4 dirancang agar dapat diterapkan secara universal untuk semua organisasi, besar dan kecil, di seluruh dunia. Pengukuran dilakukan berdasarkan indeks pengungkapan masing-masing perusahaan yang dihitung melalui pembagian antara jumlah pendapatan bersih perusahaan dengan jumlah item yang diharapkan diungkapkan perusahaan. Rumus perhitungan Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRDI) adalah sebagai berikut:

$$CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j} \times 100\%$$

Keterangan:

- CSRDI<sub>j</sub> = Corporate Social Responsibility Disclosure Index perusahaan j
- N<sub>j</sub> = Jumlah item untuk perusahaan j, n<sub>j</sub> ≤ 91
- X<sub>ij</sub> = Dummy variabel, 1 = jika item I diungkapkan, 0 = jika item tidak Diungkapkan

### 2.1.6 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian yang telah dilakukan untuk melihat pengaruh antara *Slack Resources*, Ukuran Perusahaan, dan *Growth* dengan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*CSR Disclosure*). Berikut adalah penelitian terdahulu yang digunakan oleh penulis sebagai referensi sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 2.2.

**Tabel 2.2**  
**Penelitian Terdahulu**

<b>NO</b>	<b>Nama Peneliti (Tahun)</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
1	Anggraeni dan Djakman (2017)	<i>Slack Resources</i> , Feminisme Dewan, dan Kualitas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	Penelitian ini menemukan bahwa terdapat pengaruh positif antara <i>slack resources</i> dan kualitas pengungkapan CSR, Penelitian ini juga menemukan bahwa tidak ada pengaruh antara feminisme direksi dan kualitas pengungkapan CSR, tetapi feminisme dewan komisaris berpengaruh negatif terhadap kualitas pengungkapan CSR.



2	Widiastuti, Utami, Handoko (2018)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, <i>Growth</i> , dan <i>Media Exposure</i> terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan	Ukuran perusahaan dan tipe industri berpengaruh signifikan dan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab perusahaan di Indonesia. <i>Growth</i> berpengaruh signifikan negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. <i>Media exposure</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
3	Bustan Arya Sunaryo, H. Mohammad Kholiq Mahfud (2016)	Pengaruh <i>Firm Size</i> , Profitabilitas, <i>Leverage</i> , dan Umur terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR perusahaan. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. <i>Leverage</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
4	Ahlstrom dan Ficekova (2017)	<i>The Relationship Between Current Financial Slack Resources And Future CSR Performance</i>	<i>Current Financial Slack Resources</i> berpengaruh negatif terhadap Pengungkapan CSR.

5	Hastuti (2014)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Tipe Industri terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Laporan Tahunan	Ukuran perusahaan dan tipe industri berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
6	Ekowati <i>et al.</i> (2014)	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, <i>Growth</i> , dan <i>Media Exposure</i> terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Tahun 2010-2012)	Profitabilitas dan <i>media exposure</i> berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan likuiditas dan <i>growth</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Dalam penelitian ini, yang membedakan dengan penelitian sebelumnya terletak pada objek penelitiannya, yaitu perusahaan BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia serta periode waktu yaitu periode 2013-2017. Selain itu, dalam penelitian ini menggabungkan variabel variabel dari penelitian terdahulu.

## 2.2 Kerangka Pemikiran

Praktik pengungkapan *Corporate Social Responsibility* memainkan peran penting bagi perusahaan, karena perusahaan berada dalam lingkungan masyarakat dan kemungkinan aktivitasnya memiliki dampak sosial dan lingkungan. Dengan adanya

pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, diharapkan perusahaan mampu memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan serta dukungan dari stakeholders agar dapat mendukung perusahaan dalam mencapai tujuan.

Berikut dijelaskan mengenai kerangka pemikiran yang diperkuat dengan teori penghubung yang berhungan dengan variabel independen dan variabel dependen.

### **2.2.1 *Slack Resources* terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR Disclosure)**

Pengungkapan CSR merupakan suatu media bagi perusahaan untuk membangun hubungan yang baik dengan para *stakeholders* mereka, karena pengungkapan CSR menyajikan informasi adanya jaminan bagi *stakeholders* bahwa seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan telah dipergunakan dengan baik dan sesuai dengan norma yang ada sehingga para *stakeholders* tidak lagi mengkhawatirkan isu keberlanjutan perusahaan di masa yang akan datang.

Di sisi lain, perusahaan yang memiliki *slack resources* diharapkan memiliki kualitas pengungkapan CSR yang lebih baik karena mereka akan melaksanakan investasi CSR yang lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki sedikit (atau tidak memiliki) *slack resources*.

Teori ini didukung oleh temuan Harrison dan Coombs (2012) yang mengatakan bahwa semakin tinggi *slack resources* yang dimiliki perusahaan, maka perusahaan memiliki kecenderungan untuk berinvestasi pada ranah yang memiliki diskresi tinggi, seperti program-program CSR. Tetapi, Menurut Ahlstrom

dan ficekova (2017) *slack resources* tidak berpengaruh terhadap kualitas pengungkapan CSR.

Menurut Anggraini dan Djakman (2017) mengindikasikan bahwa perusahaan dengan *slack resources* yang tinggi akan semakin memperbaiki kualitas pengungkapan CSR, karena meyakini bahwa informasi CSR dapat menjadi salah satu wadah untuk membangun hubungan yang baik dengan para *stakeholders* sebagai jaminan bahwa seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan telah dipergunakan dengan baik dan sesuai dengan norma yang ada sehingga para *stakeholders* tidak lagi mengkhawatirkan isu keberlanjutan perusahaan di masa yang akan datang.

Menurut Sayekti (2011) bahwa *slack resources* yang dimiliki perusahaan akan memengaruhi kebijakan perusahaan dalam menentukan seberapa luas keterlibatan mereka dalam aktivitas CSR. Oleh karena itu, semakin banyak *slack resources* yang dimiliki oleh perusahaan, maka perusahaan semakin memiliki berbagai diskresi untuk memanfaatkan adanya *slack* tersebut, salah satunya ialah untuk melakukan kegiatan CSR.

Kelebihan sumber daya (*Slack Resources*) dapat digunakan untuk pelaksanaan CSR yang lebih baik dan lebih besar sehingga perusahaan dapat mewujudkan pembangunan ekonomi keberlanjutan dalam meningkatkan kualitas hidup perseroan dan semua *stakeholdernya*. Selain itu dengan CSR yang baik akan mendapatkan informasi dan data yang baik yang dapat digunakan untuk pengungkapan CSR dengan kualitas yang lebih baik. Kualitas pengungkapan CSR yang baik berguna untuk menjaga hubungan baik antara perusahaan dengan *stakeholdernya* (*World Business Council for Sustainable Development, 2009*).

Berdasarkan ulasan di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa *slack resources* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Karena perusahaan dengan *slack resources* yang tinggi akan melakukan pengungkapan CSR yang lebih baik.

### **2.2.2 Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan (CSR Disclosure)**

Pengungkapan CSR merupakan suatu media bagi perusahaan untuk membangun hubungan yang baik dengan para *stakeholders* mereka, karena pengungkapan CSR menyajikan informasi adanya jaminan bagi *stakeholders*.

Menurut Prasetyorini (2013:186), besar kecilnya perusahaan akan mempengaruhi informasi yang diungkapkannya untuk keberlangsungan kegiatan perusahaan. Sehingga semakin besar perusahaan, maka semakin dikenal oleh masyarakat yang artinya semakin mudah untuk mendapatkan informasi yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Bahkan, perusahaan besar yang memiliki total aktiva dengan nilai aktiva yang cukup besar dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut.

Teori ini didukung oleh Cowen et al., (1987), dalam Anindita (2014), perusahaan yang lebih besar akan melakukan lebih banyak aktivitas, memberikan dampak yang lebih besar terhadap masyarakat, mempunyai lebih banyak pemegang saham yang terkait dengan program sosial perusahaan. Sustainability report merupakan laporan yang memberikan informasi terkait program sosial dan lingkungan perusahaan yang dirancang dan direalisasikan oleh perusahaan. Hal ini

menunjukkan bahwa semakin besar perusahaan maka perusahaan akan semakin terdorong untuk melakukan pengungkapan sukarela atau pelaporan keberlanjutan (*sustainability reporting*).

Menurut Widiastuti, Utami, Handoko (2018) semakin besar ukuran perusahaan maka aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan juga semakin banyak sehingga pengungkapan aktivitas perusahaan semakin luas, karena perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan para pemangku kepentingan, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggung jawaban sosial.

Sedangkan menurut Bustan, H. Mohammad (2016) bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak menjadi jaminan bahwa perusahaan tersebut akan melakukan pengungkapan pertanggung jawaban sosial kepada masyarakat.

Berdasarkan ulasan di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Semakin besar perusahaan, maka perusahaan tersebut akan memberikan informasi yang lebih dibandingkan dengan perusahaan kecil. Di samping itu, perusahaan besar juga dianggap memiliki sumber daya yang cukup untuk melakukan pengungkapan CSR dalam *sustainability report*.

### 2.2.3 *Growth* terhadap terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan (*CSR Disclosure*)

Pengungkapan CSR merupakan suatu media bagi perusahaan untuk membangun hubungan yang baik dengan para *stakeholders* mereka, karena pengungkapan CSR menyajikan informasi adanya jaminan bagi *stakeholders*.

Irham Fahmi (2011:137) *Growth* adalah rasio pertumbuhan yaitu rasio yang mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisinya di dalam industry dan dalam perkembangan ekonomi secara umum. Apabila perusahaan dengan pertumbuhan yang tinggi maka semakin baik kemampuan perusahaan tersebut dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya.

Teori ini didukung oleh Sari (2012), Perusahaan dengan pertumbuhan tinggi, akan mendapat banyak sorotan sehingga diprediksi perusahaan yang mempunyai kesempatan pertumbuhan yang lebih tinggi cenderung lebih banyak melakukan Corporate Social Responsibility Disclosure.

Menurut Maria Ulfa (2009) dalam Siti Munsaidah, Rita Andini, Agus Supriyanto (2016) menjelaskan bahwa “*Growth* merupakan tingkat pertumbuhan perusahaan yang diukur dengan pertumbuhan penjualan perusahaan. Perusahaan dengan pertumbuhan yang tinggi akan mendapat sorotan sehingga diprediksi perusahaan yang mempunyai kesempatan pertumbuhan yang lebih tinggi cenderung lebih banyak melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial”.

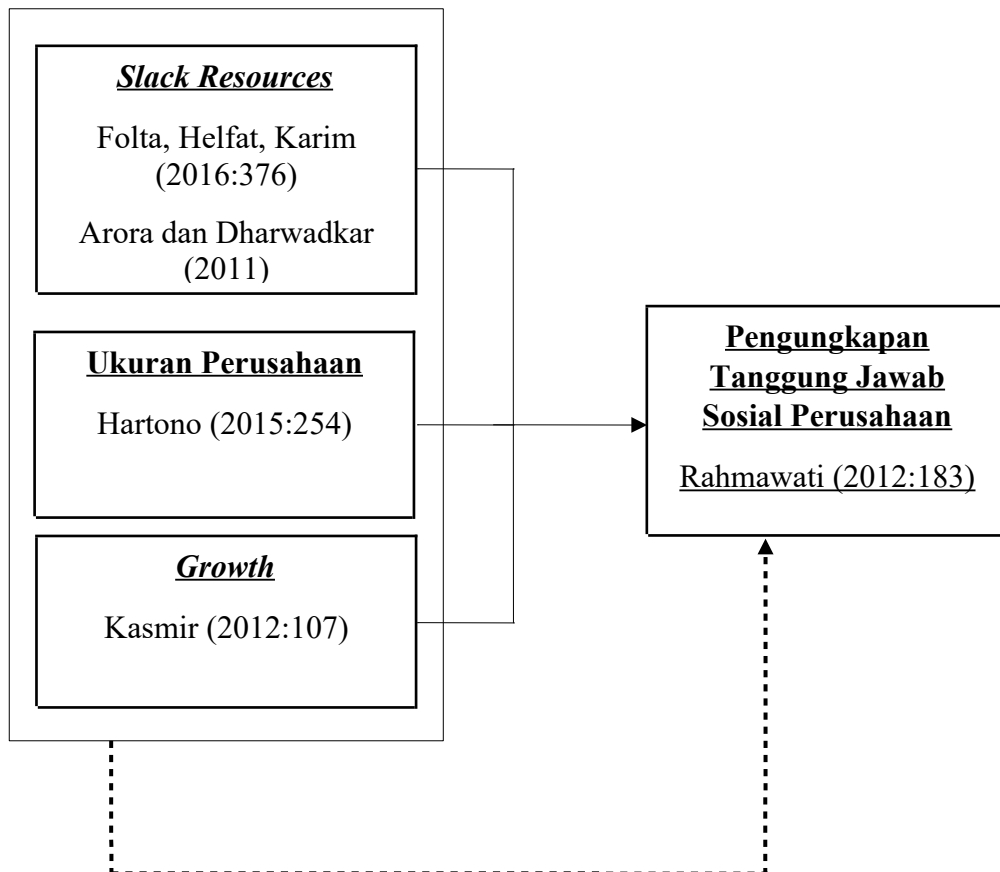
Menurut Shubiri et al. (2012) yang menguji praktik CSR disclosure di Yordania menunjukkan bahwa perusahaan dengan pertumbuhan yang tinggi akan lebih banyak mengungkapkan informasi mengenai corporate social responsibility dibandingkan perusahaan dengan pertumbuhan yang rendah.

Sedangkan menurut Widiastuti, Utami, Handoko (2018), bahwa perusahaan yang mengalami pertumbuhan penjualan tinggi justru akan melakukan kegiatan CSR yang lebih sedikit, sehingga memiliki pengungkapan CSR yang rendah pula. Perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan tinggi mengindikasikan perusahaan memfokuskan pada aktivitas operasi dan mengurangi kegiatan-kegiatan yang bersifat non operasi seperti kegiatan CSR.

Berdasarkan ulasan di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa *growth* atau pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Semakin tinggi pertumbuhan perusahaan, maka perusahaan tersebut akan lebih banyak mengungkapkan informasi mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial dibandingkan dengan perusahaan yang pertumbuhannya rendah. Di samping itu, perusahaan dengan pertumbuhan yang tinggi juga diprediksi memiliki kesempatan pertumbuhan yang lebih tinggi sehingga dapat lebih banyak melakukan pengungkapan CSR dalam *sustainability report*.

Dari uraian yang telah dikemukakan di atas maka bagan konsep kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:





**Gambar 2.1**  
**Skema Kerangka Pemikiran**

### 2.3 Hipotesis Penelitian

Kata Hipotesis berasal dari kata “hipo” yang artinya lemah dan “tesis” berarti pernyataan. Dengan demikian hipotesis berarti pernyataan yang lemah, karena masih berupa dugaan yang belum teruji kebenarannya.

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum 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 empirik. (Sugiyono, 2015: 64)

Berdasarkan uraian-uraian dari kerangka pemikiran yang telah dijelaskan sebelumnya, maka hipotesis sementara yang diajukan penulis adalah sebagai berikut:

Hipotesis 1: *Slack Resources* Berpengaruh Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*CSR Disclosure*).

Hipotesis 2: Ukuran Perusahaan Berpengaruh Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*CSR Disclosure*).

Hipotesis 3: *Growth* Berpengaruh Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*CSR Disclosure*).

Hipotesis 4: *Slack Resources*, Ukuran Perusahaan, dan *Growth* Berpengaruh Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*CSR Disclosure*).