

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1. Kajian Pustaka

2.1.1. Green Accounting

2.1.1.1. Pengertian Green Accounting

Menurut Arfan Ikhsan dalam bukunya Akuntansi Lingkungan dan penerapannya (2008:13) mendefinisikan bahwa :

“*Green accounting* atau *environmental accounting* merupakan istilah yang berkaitan dengan dimasukkannya biaya lingkungan (*environmental costs*) ke dalam praktek akuntansi perusahaan atau lembaga pemerintah. Biaya lingkungan adalah dampak yang timbul dari sisi keuangan maupun non-keuangan yang harus dipikul sebagai akibat dari kegiatan yang mempengaruhi kualitas lingkungan.”

Sedangkan menurut Prof. Dr. Andreas Lako dalam bukunya Akuntansi Hijau (2018:99) menjelaskan bahwa akuntansi hijau (*green accounting*) adalah sebagai berikut:

“Suatu proses pengakuan, pengukuran nilai, pencatatan, peringkasan, pelaporan, dan pengungkapan secara terintegrasi terhadap objek, transaksi, atau peristiwa keuangan, sosial, dan lingkungan dalam proses akuntansi agar menghasilkan informasi akuntansi keuangan, sosial, dan lingkungan yang utuh, terpadu, dan relevan yang bermanfaat bagi para pemakai dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan ekonomi dan non-ekonomi”

Dari definisi diatas, fokus dari akuntansi tidak hanya terbatas pada akuntansi keuangan, tetapi juga pada akuntansi sosial dan akuntansi lingkungan. Integrasi fokus akuntansi pada tiga hal itu diberi nama Akuntansi Hijau

(*Green Accounting*). Sementara model pelaporannya disebut Pelaporan Akuntansi Hijau (*Green Accounting Reporting*).

Menurut Cohen dan Robbins (2011:190) mengemukakan bahwa *green accounting* adalah sebagai berikut :

“A style of accounting that includes the indirect costs and benefits of economic activity – such as environmental effects and health consequences of business decisions and plans.”

Dari definisi menurut Cohen dan Robbins diatas dapat dijelaskan bahwa *Green Accounting* merupakan jenis akuntansi yang memasukkan biaya dan manfaat tidak langsung dari aktivitas ekonomi, seperti dampak lingkungan dan konsekuensi kesehatan dari perencanaan dan keputusan bisnis.

sedangkan aktivitas dalam *green accounting* dijelaskan oleh Cohen dan Robbins (2011:190) sebagai berikut :

“Environmental accounting collects, analyzes, assesses, and prepares reports of both environmental and financial data with a view toward reducing environmental effect and costs. This form of accounting is central to many aspects of governmental policy as well. Consequently, environmental accounting has become a key aspect of green business and responsible economic development”

Berdasarkan definisi di atas dapat diartikan bahwa akuntansi lingkungan adalah kegiatan mengumpulkan, menganalisis, dan mempersiapkan laporan terkait lingkungan dan data keuangan dengan maksud untuk mengurangi dampak dan biaya dari kerusakan lingkungan. Bentuk akuntansi ini juga penting bagi banyak aspek kebijakan pemerintah. Akibatnya, akuntansi

lingkungan telah menjadi aspek kunci dari bisnis hijau dan pengembangan ekonomi yang bertanggung jawab.

Dari beberapa pengertian di atas mengenai *Green Accounting* dapat disimpulkan bahwa *Green Accounting* merupakan akuntansi yang didalamnya mengidentifikasi, mengukur, menyajikan, dan mengungkapkan biaya-biaya dan manfaat tidak langsung dari aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan dan sosial.

2.1.1.2. Tujuan *Green Accounting*

Menurut Arfan Ikhsan (2008) tujuan dari *green accounting* adalah untuk meningkatkan efisiensi pengelolaan lingkungan dengan melakukan penilaian kegiatan lingkungan dari sudut pandang biaya (*environmental costs*) dan manfaat atau efek (*economic benefit*). *Green accounting* diterapkan oleh berbagai perusahaan untuk menghasilkan penilaian kuantitatif tentang biaya dan dampak perlindungan lingkungan (*environmental protection*). Penerapan dan pengembangan *green accounting* memiliki beberapa maksud dan tujuan yang sangat signifikan terhadap lingkungan, yaitu :

1. Mendorong pertanggung jawaban entitas dan meningkatkan transparansi lingkungan.
2. Membantu entitas dalam menetapkan strategi untuk menanggapi isu lingkungan hidup dalam konteks hubungan entitas dengan masyarakat dan terlebih dengan kelompok-kelompok penggiat (*activist*) atau penekan (*pressure group*) terkait isu lingkungan.
3. Memberikan citra yang lebih positif sehingga entitas dapat memperoleh dana dari kelompok dan individu, seiring dengan tuntutan etis dari investor yang semakin meningkat.
4. Mendorong konsumen untuk membeli produk hijau dan dengan demikian membuat entitas memiliki keunggulan pemasaran yang lebih

kompetitif dibandingkan dengan entitas yang tidak melakukan pengungkapan.

5. Menunjukkan komitmen entitas terhadap usaha perbaikan lingkungan hidup.
6. Mencegah opini negatif publik mengingat perusahaan yang berusaha pada area yang berisiko tidak ramah lingkungan pada umumnya akan menerima tantangan dari masyarakat.

2.1.1.3. Karakteristik *Green Accounting*

Menurut Prof. Dr. Andreas Lako (2018:102) terdapat tiga karakteristik kualitatif khusus dari informasi akuntansi hijau yang sangat bermanfaat dalam evaluasi penilaian pengambilan keputusan bagi para pemakai yaitu sebagai berikut:

- 1) **Akuntabilitas**, yaitu informasi akuntansi yang disajikan memperhitungkan semua aspek informasi entitas, terutama informasi yang berkaitan dengan tanggung jawab ekonomi, sosial, dan lingkungan entitas, serta biaya-manfaat dari dampak yang ditimbulkan.
- 2) **Terintegrasi dan Komprehensif**, yaitu informasi akuntansi yang disajikan merupakan hasil integrasi antara informasi akuntansi keuangan dengan informasi akuntansi sosial dan lingkungan yang disajikan secara komprehensif dalam satu paket pelaporan akuntansi.
- 3) **Transparan**, yaitu informasi akuntansi terintegrasi harus disajikan secara jujur, akuntabel, dan transparan agar tidak menyesatkan para pihak dalam evaluasi, penilaian, dan pengambilan keputusan ekonomi dan non ekonomi.

2.1.1.4. Komponen Laporan *Green Accounting*

Menurut Prof. Dr. Andreas Lako (2018:103-105) secara umum, komponen-komponen Laporan Akuntansi Hijau atau Laporan Keuangan Hijau tidak jauh berbeda dengan komponen-komponen laporan keuangan dalam akuntansi keuangan konvensional yang selama ini menjadi basis dan digunakan dalam IAS-IFRS dan SAK. Yaitu asset, liabilitas, ekuitas pemilik,

pendapatan, biaya, dan laba. Namun ada beberapa akun krusial yang membedakan Akuntansi Hijau dengan akuntansi keuangan konvensional, yaitu sebagai berikut:

- 1) Dalam struktur asset entitas yang melaksanakan aktivitas tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan (TJSLP), CSR, dan *green business* akan muncul akun-akun baru seperti asset sumber daya alam, investasi sosial dan lingkungan, investasi hijau, atau investasi CSR dibawah kelompok asset tetap. Secara umum, struktur asset perusahaan dalam konstruksi Akuntansi Hijau meliputi asset lancar, investasi finansial, asset tetap, asset sumber daya alam, investasi sosial dan lingkungan, asset tak berwujud, dan asset lainnya.
- 2) Dalam struktur akun liabilitas entitas yang melaksanakan TJSLP, CSR, dan korporasi hijau akan muncul akun-akun baru seperti liabilitas sosial dan liabilitas lingkungan yang bersifat kontinjen. Liabilitas sosial kontinjen dan liabilitas lingkungan kontinjen tersebut bias bersifat jangka pendek atau jangka panjang tergantung pada komitmen perusahaan untuk memenuhinya.
- 3) Dalam struktur akun-akun ekuitas dari entitas korporasi yang melaksanakan aktivitas CSR yang bersifat sukarela, muncul akun baru yaitu akun donasi CSR, dibawah akun laba rugi periode berjalan.
- 4) Dalam struktur akun-akun biaya produksi dan biaya operasi entitas yang melaksanakan TJSLP, CSR dan *green business* akan muncul akun-akun biaya baru seperti biaya sosial dan biaya lingkungan, atau biaya penghijauan perusahaan (*greening costs*) yang bersifat periodic atau temporer. Misalnya, biaya bantuan sosial bencana alam, biaya pengelolaan limbah, biaya daur ulang, biaya audit lingkungan, biaya pencemaran, biaya pengendalian polusi, biaya kerusakan lingkungan, biaya pengungkapan informasi sosial-lingkungan.

2.1.1.5. Pengukuran *Green Accounting*

Menurut Andreas Lako (2011) belum terdapat pengukuran secara pasti untuk merumuskan bagaimana metode pengukuran, penilaian, pengungkapan, dan penyajian akuntansi lingkungan di sebuah perusahaan. Pengukuran akuntansi lingkungan yang baik akan berakibat pada kinerja lingkungan yang baik juga.

Pengukuran *green accounting* ini dapat dilihat dari kinerja lingkungan perusahaan. Menurut Suratno, dkk (2006) kinerja lingkungan adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik (*green*). Kinerja lingkungan perusahaan diukur dari prestasi perusahaan yang mengikuti program PROPER yang merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) untuk mendorong penataan perusahaan dalam pengelolaan lingkungan hidup melalui instrument informasi. Pemberian penghargaan PROPER berdasarkan penilaian kinerja penanggung jawab usaha dalam:

- a) Pencegahan pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan hidup
- b) Penanggulangan pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan hidup
- c) Pemulihan pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan hidup

Adapun kriteria penilaian PROPER yang telah ditentukan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dapat dilihat dalam Tabel 2.1 dibawah ini:

Tabel 2.1
Kriteria Penilaian PROPER

KRITERIA PENILAIAN
a. Pendekatan yang digunakan dalam pengembangan masyarakat (CD)
1. Perusahaan memiliki komitmen untuk memecahkan dampak penting yang diakibatkan oleh perusahaan dan memiliki upaya yang jelas untuk memitigasi dampak tersebut yang tercermin dalam kebijakan, struktur organisasi dan keuangan perusahaan.
2. Perusahaan memiliki strategi yang tertulis dan dikomunikasikan kepada pemangku kepentingan untuk mengembangkan penghidupan masyarakat yang berkelanjutan.
3. Perusahaan dapat menunjukkan bahwa dari segi pendanaan, program pengembangan masyarakat (CD) lebih besar dibandingkan dengan kegiatan yang bersifat karitatif.
b. Perencanaan
1. Terjadi pelembagaan proses perencanaan pengembangan masyarakat (CD)
2. Keterlibatan pihak-pihak terkait dalam perencanaan pengembangan masyarakat (CD) meliputi actor dan kualitas keterlibatan. Kualitas partisipasi tertinggi adalah kategori citizen power yang terdiri dari partnership, delegated power, dan citizen control. Sedangkan dari sisi actor terdiri dari tiga yakni pemerintah, masyarakat, dan organisasi masyarakat sipil (NGO, Community based organization).
3. Terjadi konsolidasi perencanaan program pengembangan masyarakat (CD) dengan perencanaan wilayah.
4. Terjadi kesesuaian program dengan potensi penghidupan berkelanjutan.
c. Implementasi
1. Keberhasilan program mencapai tujuan yang ditetapkan dalam perencanaan.
2. Partisipasi dalam implementasi program yang dilihat dari keterlibatan actor dan kualitas keterlibatannya.
3. Partisipasi kelompok rentan dalam implementasi program.
4. Perbandingan cakupan (kualitas dan target sasaran) program tahun berjalan dengan tahun sebelumnya.

d. Monitoring dan Evaluasi
1. Modifikasi program terhadap dinamika kebutuhan masyarakat.
2. Tingkat kepuasan masyarakat.
3. Inklusifitas penerima program.
4. Perubahan perilaku dan atau mindset sebelum dan setelah program.
5. Kualitas hubungan community development officer (atau nama lainnya) dengan masyarakat dan pemerintah.
e. Keberlanjutan
1. Keberlanjutan Ekonomi
a. Berhasil memandirikan masyarakat, menunjukkan peningkatan pendapatan masyarakat.
b. Institusi ekonomi lokal baru karena program pengembangan masyarakat (lahirnya institusi baru, keberlanjutan institusi, perkembangan institusi).
c. Penerima program kelompok sasaran mampu mengembangkan kapasitas dari program yang diberikan oleh perusahaan.
d. Kelompok sasaran mampu mengembangkan kapasitas kepada kelompok lain.
2. Keberlanjutan Sosial
a. Adanya institusi sosial (lahirnya institusi sosial baru dan atau revitalisasi institusi sosial yang sudah ada).
b. Fungsi institusi sosial.
3. Perusahaan memiliki kategori tingkat ketergantungan penerima program terhadap perusahaan.
f. Hubungan Sosial
1. Adanya mekanisme komunikasi antara perusahaan dengan masyarakat yang melembaga.
2. Kemampuan penerima program mengembangkan jaringan (eksternal).
3. Program pengembangan masyarakat (CD) meningkatkan solidaritas sosial masyarakat.
4. Konflik dalam masyarakat yang terkait dengan perusahaan 1 tahun terakhir.
5. Konflik antara perusahaan (termasuk rekanan) dengan masyarakat selama 1 tahun terakhir.
6. Konflik antara perusahaan (termasuk rekanan) dengan masyarakat selama 1 tahun terakhir.
7. Konflik hubungan industrial selama satu tahun terakhir (internal relation)

Sumber : Kementerian Lingkungan Hidup

Melalui PROPER, kinerja lingkungan perusahaan diukur dengan menggunakan warna, mulai dari yang terbaik emas, hijau, biru, merah hingga yang terburuk hitam untuk kemudian diumumkan secara rutin kepada masyarakat agar masyarakat dapat mengetahui tingkat pengelolaan lingkungan pada perusahaan dengan hanya melihat warna yang ada.

Kriteria penilaian PROPER yang lebih lengkap dapat dilihat pada Peraturan Menteri Negara Lingkungan Hidup No 5 Tahun 2011 tentang Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup. Secara umum peringkat kinerja PROPER dibedakan menjadi 5 warna dengan pengertian sebagai berikut:

1) Emas; Sangat baik; Skor 5

Untuk usaha dan atau kegiatan yang telah secara konsisten menunjukkan keunggulan lingkungan (*environmental excellency*) dalam proses produksi dan/atau jasa, melaksanakan bisnis yang beretika dan bertanggung jawab terhadap masyarakat.

2) Hijau; Baik; Skor 4

Untuk usaha dan atau kegiatan yang telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dalam peraturan (*beyond compliance*) melalui pelaksanaan sistem pengelolaan lingkungan, pemanfaatan sumber daya secara efisien melalui upaya 4R (*Reduce, Reuse, Recycle, dan Recovery*), dan melakukan upaya tanggung jawab sosial (CSR/Comdev) dengan baik.

3) Biru; Cukup; Skor 3

Untuk usaha dan atau kegiatan yang telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan yang dipersyaratkan sesuai dengan ketentuan dan atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.

4) Merah; Buruk; Skor 2

Upaya pengelolaan lingkungan yang dilakukan belum sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan dan dalam tahapan melaksanakan sanksi administrasi.

5) Hitam; Sangat Buruk; Skor 1

Untuk usaha dan atau kegiatan yang sengaja melakukan perbuatan atau melakukan kelalaian yang mengakibatkan pencemaran dan atau kerusakan lingkungan serta pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku atau tidak melaksanakan sanksi administrasi.

Tabel 2.2
Peringkat Kinerja PROPER

Warna	Score
Emas	5
Hijau	4
Biru	3
Merah	2
Hitam	1

Sumber : *www.menlhk.go.id*

2.1.2. Kepemilikan Saham Publik

Kepemilikan saham publik merupakan persentase kepemilikan saham yang dimiliki oleh publik atau masyarakat (*public ownership*). Kepemilikan saham perusahaan oleh publik itu sendiri menandakan bahwa masyarakat telah melihat adanya potensi atas profitabilitas perusahaan, sehingga bersedia menanamkan modal di perusahaan tersebut. Perusahaan akan terus mengembangkan bisnisnya dengan tujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan sebagai suatu keunggulan kompetitif, agar masyarakat bersedia untuk terus menanamkan modalnya di perusahaan. Maka, perusahaan akan melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan perolehan profit dan memberikan *return* kepada investor dalam bentuk dividen.

Menurut Puji Rahayu (2015) menjelaskan bahwa :

“Kepemilikan saham oleh publik maksudnya adalah jumlah saham yang dimiliki oleh publik. Semakin besar kepemilikan saham publik, semakin banyak pihak yang membutuhkan informasi perusahaan. selain itu juga semakin besar saham yang dimiliki publik, akan semakin banyak informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan”

Sedangkan, menurut A'inun Na'im dan Faud Rakhman (2005) menjelaskan bahwa:

“Kepemilikan publik adalah proporsi saham yang dimiliki publik atau masyarakat terhadap saham perusahaan. Pengertian publik disini adalah pihak individu atau instansi yang memiliki saham dibawah 5% (<5%) yang berada diluar manajemen dan tidak memiliki hubungan istimewa dengan perusahaan. Kelompok pemegang saham masyarakat, yaitu kelompok pemegang saham yang masing-masing memiliki kurang dari 5% biasanya merupakan gabungan kepemilikan dari banyak masyarakat. Kelompok pemegang saham ini disebut dengan pemegang saham publik. Pemegang saham publik biasanya merupakan pemegang saham minoritas perusahaan.”

Kemudian menurut Wijayanti (2009:20) menjelaskan :

“Kepemilikan publik adalah proporsi atau jumlah kepemilikan saham yang dimiliki oleh publik atau masyarakat umum yang tidak memiliki hubungan istimewa dengan perusahaan.”

Menurut Rifqiyah (2016) menjelaskan bahwa Kepemilikan Saham Publik (*Public Shareholding*) adalah :

“.. Proporsi kepemilikan saham yang dimiliki oleh publik atau masyarakat terhadap saham perusahaan. pengertian Publik disini adalah pihak individu atau institusi yang memiliki saham dibawah 5% (<5%) yang berada diluar manajemen dan tidak memiliki hubungan istimewa dengan perusahaan.”

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kepemilikan saham publik merupakan proporsi kepemilikan saham yang dimiliki oleh publik atau masyarakat yang memiliki saham dibawah 5% dan tidak memiliki hubungan istimewa dengan perusahaan.

Kepemilikan saham publik dapat dilihat dalam laporan tahunan perusahaan. Besarnya saham publik atau masyarakat dapat diukur dengan rasio dari jumlah kepemilikan lembar saham publik terhadap total lembar saham perusahaan. Pengukuran untuk kepemilikan saham publik ini dapat digunakan rumus (Rifqiyah, 2016):

$$KSP = \frac{\text{Jumlah Kepemilikan lembar saham publik}}{\text{Total lembar saham perusahaan}} \times 100\%$$

2.1.3. Pengungkapan Media

2.1.3.1. Pengertian Pengungkapan Media

Menurut Ati menjelaskan bahwa perusahaan harus memberikan informasi tentang tanggung jawab sosial dan pesan lain yang terkait dengan karyawan, pelanggan, dan pemangku kepentingan lainnya, dan secara umum, kepada seluruh masyarakat dengan berbagai alat komunikasi"

Menurut Ati (2011) yang dimaksud dengan media exposure adalah:

“Media exposure is company must provide information about social responsibility and other messages related to employees, customers, and other stakeholders, and in general, to the entire community with a variety of communication tools”

Menurut Respati (2015) menjelaskan bahwa :

“Pengungkapan media adalah bagaimana perusahaan memanfaatkan media yang tersedia untuk mengkomunikasikan identitas serta informasi mengenai kegiatan yang dilakukan perusahaan. suatu perusahaan dapat mengkomunikasikan kegiatan perusahaannya dengan memanfaatkan berbagai media yang ada, salah satu kegiatan yang dapat dikomunikasikan adalah CSR. Terdapat tiga media yang biasa digunakan oleh perusahaan yaitu media televisi, koran dan internet.”

Sedangkan menurut Fahmi (2015) menjelaskan bahwa :

“Pengungkapan media merupakan alat bagi perusahaan untuk melakukan komunikasi dengan *stakeholder* dalam menyampaikan informasi dan prospek perusahaan. jika perusahaan ingin mendapat kepercayaan dan legitimasi melalui kegiatan CSR, maka perusahaan harus mempunyai kapasitas untuk memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan dan berkomunikasi dengan pemangku kepentingannya secara efektif.”

2.1.3.2. Manfaat Pengungkapan Media

Menurut Puji Rahayu (2015) jika perusahaan ingin mendapatkan kepercayaan dan legitimasi melalui kegiatan CSR, maka perusahaan harus mempunyai kapasitas untuk memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan dan berkomunikasi dengan baik. Fungsi komunikasi menjadi sangat pokok dalam mengungkapkan kegiatan CSR perusahaan. Pengkomunikasian CSR melalui media akan meningkatkan reputasi perusahaan dimata masyarakat.

Berbagai studi menunjukkan banyak cara yang dipilih perusahaan untuk mengkomunikasikan CSR, yaitu melalui laporan tahunan (*annual report*), melalui internet (web perusahaan) dan iklan. Menurut Sari (2012) perusahaan dapat mengungkapkan aktivitas CSR melalui berbagai media. Media internet (web) merupakan media yang efektif didukung dengan para pemakai internet yang mulai meningkat. Dengan mengkomunikasikan CSR melalui media, diharapkan masyarakat mengetahui aktivitas sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan.

2.1.3.3. Pengukuran Pengungkapan Media

Untuk mengukur pengungkapan media dapat dilihat dari penelitian menurut Yesi Herawati (2015) menjelaskan bahwa :

“Dalam pengukuran pengungkapan media dapat digunakan dengan penggunaan internet (website koran) oleh perusahaan untuk mempublikasikan, menginformasikan, dan mengungkapkan kegiatan CSR. Pemilihan internet (website koran) ini dipilih karena seiring dengan semakin majunya teknologi komunikasi, media internet menjadi begitu mudah untuk diakses oleh orang-orang dan mampu untuk memberikan dan mengkomunikasikan informasi yang lebih lengkap dibandingkan melalui televisi.”

Menurut Andreas, Desmiyawati, dkk (2015) bahwa :

“Media exposure was measured by the number of articles published in newspapers and magazines, i.e SWA Magazine, Bisnis Indonesia, Kompas, Tempo, Republika, Warta Ekonomi, Sindonews for the period 1 January 2012 to 31 December 2013. The Bisnis Indonesia, Kompas, and Republika has the largest circulation of any daily newspaper in Indonesia”

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Andreas, Desmiyawati, dkk (2015) dapat disimpulkan bahwa pengukuran pengungkapan media dilakukan dengan cara menghitung jumlah berita atau artikel yang dipublikasikan di dalam koran atau majalah seperti SWA magazine, Bisnis Indonesia, Kompas, Tempo, Republika, Warta Ekonomi, Sindonews dalam setiap tahunnya. Bisnis Indonesia, Kompas, dan Republika merupakan koran berskala nasional dan memiliki jumlah pembaca terbesar dari setiap koran harian di Indonesia.

2.1.4. Corporate Social Responsibility

2.1.4.1. Pengertian *Corporate Social Responsibility*

Definisi mengenai *Corporate Social Responsibility* sangat beragam bergantung pada visi dan misi perusahaan yang disesuaikan dengan *needs, desire, wants, dan interest* komunitas. Berikut adalah beberapa definisi *Corporate Social Responsibility* :

Menurut Lako. 2011a & 2015b; Lawrence dan Weber,2008; Benn dan Bolton, 2011 menjelaskan bahwa :

“Hakikat atau esensi dari tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) berbeda dengan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan (TJSLP). Dari berbagai literatur buku dan jurnal internasional, CSR merupakan komitmen berkelanjutan korporasi untuk peduli dan bertanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar agar tercipta suatu sinergisitas dan keberlanjutan antara perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan. Komitmen tersebut bersifat sukarela dan dilandasi oleh kesadaran dan niat baik dari perusahaan untuk membangun lingkungan bisnis yang harmonis, kondusif, dan berkelanjutan”

Menurut Wibisono dalam bukunya berjudul “Membedah Konsep dan Aplikasi CSR (*Corporate Social Responsibility*) (2007:7) menjabarkan bahwa:

“*Corporate Social Responsibility* adalah suatu komitmen keberlanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat atau masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerja beserta keluarganya”

Sedangkan menurut Suharto (2007:16) melalui bukunya berjudul “Pekerjaan Sosial di Dunia Industri: Memperkuat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) menyatakan bahwa:

“CSR adalah operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, tetapi juga untuk pembangunan sosial ekonomi kawasan secara holistik, melembaga dan berkelanjutan. Dalam konteks pemberdayaan, CSR adalah bagian dari policy perusahaan yang dijalankan secara professional dan melembaga. CSR kemudian identik dengan CSP (*Corporate Social Policy*), yakni roadmap dan strategi perusahaan yang mengintegrasikan tanggung jawab ekonomis korporasi dengan tanggung jawab sosial, legal, dan etis.”

Selain itu, ISO 26000 mengenai *Guidance on Social Responsibility* juga memberikan definisi CSR. Menurut ISO 26000 (draft 3, 2007), CSR adalah:

“Tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatan pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional, serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh.”

Pada intinya tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) adalah kewajiban organisasi untuk mengambil bagian dalam kegiatan yang bertujuan melindungi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan sehingga timbul suatu *brand awareness* yang dapat memberikan keuntungan terhadap perusahaan.

Dalam peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas dalam pasal 2 dan pasal 3 dengan menunjuk pada ketentuan pasal 74 ayat (4) Undang-Undang No. 40 tahun 2007 yang menjelaskan sebagai berikut:

Setiap perseroan selaku subjek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan.

- (1) Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud dalam pasal 2 menjadi kewajiban bagi perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam berdasarkan Undang-Undang.
- (2) Kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan baik di dalam maupun di luar lingkungan.

2.1.4.2. *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Menurut Hadi (2011: 206) pengungkapan CSR dalam laporan tahunan dan *Sustainability Report* yaitu sebagai berikut :

“Laporan aktivitas tanggung jawab sosial yang telah dilakukan perusahaan baik berkaitan dengan perhatian masalah dampak sosial maupun lingkungan. Laporan tersebut menjadi laporan yang tak terpisahkan dengan laporan tahunan yang dipertanggung jawabkan direksi di depan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Laporan ini berisi laporan program-program sosial dan lingkungan perseroan yang telah dilaksanakan selama tahun buku terakhir.”

Sedangkan menurut Annisa dan Nazar (2015) menjelaskan bahwa :

“Pengungkapan CSR merupakan bagian dari akuntansi pertanggung jawaban sosial kepada *stakeholders*. Perusahaan yang telah melaksanakan praktik CSR dapat mengungkapkan pelaksanaan CSR tersebut baik terintegrasi langsung dalam laporan tahunan maupun terpisah yang sering disebut dengan *sustainability report*.”

Menurut Andreas, Desmiyawati dkk (2015) menjelaskan bahwa :

“*Coporate Social Responsibility Disclosure is the disclosure of all information related to social responsibility activities that have been implemented by companies. CSR disclosure was measured by Coporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRDI) which refers Global Reporting Initiative (GRI) Indicators*”

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Andreas, Desmiyawati, dkk (2015) dapat disimpulkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial adalah pengungkapan semua informasi yang berkaitan dengan aktivitas tanggung jawab sosial yang telah dilaksanakan oleh perusahaan. Pengungkapan CSR dapat dihitung menggunakan *Coporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRDI)* yang memacu kepada indikator *Global Reporting Initiative (GRI)*.

2.1.4.3. Faktor-faktor *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Menurut Rusdianto (2013:44) menjelaskan ada banyak hal yang membuat perusahaan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility Disclosure* 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 mmmmmmemenuhi persyaratan peminjaman.
- 5) Pemenuhan kebutuhan informasi kepada msyarakat.
- 6) Sebagai konsekuensi atas ancaman terhadap legitimasi perusahaan.
- 7) Untuk mengukur kelompok *stakeholder* yang mempunyai pengaruh yang kuat.
- 8) Untuk mematuhi persyaratan industry tertentu.
- 9) Untuk mendapatkan penghargaan pelaporan tertentu.

2.1.4.4. Ruang Lingkup *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Azheri (2012:36) menyatakan ada tiga dimensi yang harus diperhatikan, sehubungan dengan ruang lingkup CSR yaitu:

1. ***Corporate Philantrophy*** 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.
2. ***Corporate Responsibility*** adalah usaha sebagai wujud tanggung jawab 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 memengaruhi perusahaan maupun masyarakat secara keseluruhan.

2.1.4.5. Manfaat *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Aktivitas *Corporate Social Responsibility* memiliki fungsi strategis bagi perusahaan, yaitu sebagai bagian dari manajemen risiko khususnya dalam bentuk katup pengaman sosial (*social security*). Dengan menjelaskan *Corporate Social Responsibility*, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek, namun juga harus turut berkontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan jangka panjang.

Menurut Rusdianto (2013:13) terdapat manfaat *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) Mempertahan 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) menjelaskan bahwa Keputusan perusahaan untuk melaksanakan CSR secara berkelanjutan, merupakan keputusan yang rasional. Sebab implementasi program CSR akan menimbulkan efek lingkaran emas yang tidak hanya bermanfaat bagi perusahaan, melainkan juga *stakeholder*. Bila CSR mampu dijalankan secara efektif maka dapat memberikan manfaat tidak hanya bagi perusahaan, melainkan juga bagi masyarakat, pemerintah, dan lingkungan.

2.1.4.6. Pengukuran *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Menurut Nurkhin (2009) Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan pengungkapan informasi terkait dengan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan. Pengungkapan tanggung jawab sosial diukur dengan proksi CSRDI (*Corporate Social Responsibility Disclosure Index*) berdasarkan indikator GRI (*Global Reporting Initiatives*) yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari website www.globalreporting.org. Indikator GRI terdiri dari 3 fokus pengungkapan, yaitu ekonomi, lingkungan dan sosial sebagai dasar *sustainability reporting*. Indikator GRI ini dipilih karena merupakan aturan internasional yang telah diakui oleh perusahaan di dunia.

Pengukuran CSRDI menggunakan *content analysis* dalam mengukur *variety* dari CSRDI. *Content analysis* adalah salah satu metode pengukuran CSRDI yang sudah banyak digunakan dalam penelitian-penelitian sebelumnya. Pendekatan ini pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap *item* CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya, skor dari setiap *item* dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Rumus perhitungan CSRDI adalah sebagai berikut:

$$CSR I_j = \frac{\sum X_{IJ}}{n_j}$$

Keterangan :

CSR I_j : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan J

n_j : jumlah item untuk perusahaan j, n_j = 91 (Skor maksimal)

∑ X_{ij} : jumlah total pengungkapan CSR oleh perusahaan.

1 = jika item diungkapkan; 0 = jika item tidak diungkapkan

Dengan demikian, 0 < CSR j < 1

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 dalam pelaporan yang mendorong tingkat transparansi dan konsistensi yang diperlukan untuk membuat informasi yang disampaikan menjadi berguna dan dapat dipercaya oleh pasar dan masyarakat.

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)

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 2.3
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 karena perubahan iklim
	EC3	Cakupan kewajiban organisasi atas imbalan pasti
	EC4	Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah
KATEGORI EKONOMI		
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 dari pemasok lokal di operasional yang signifikan
KATEGORI LINGKUNGAN		
Bahan	EN1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat dan volume
	EN2	Persentase bahan yang digunakan 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 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
KATEGORI LINGKUNGAN		
Emisi	EN14	Jumlah total spesies dalam IUCN RED LIST dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat ditempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat resiko kepunahan
	EN15	Emisi gas rumah kaca (GRK) langsung (cakupan 1)
	EN16	Emisi gas rumah kaca (GRK) 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 perusal ozon (BPO)
	EN21	NO _x , So _x dan emisi udara signifikan lainnya
Efluen dan limbah	EN22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan
	EN23	Bobot total berdasarkan jenis dan metode pembuangan
	EN24	Jumlah dan volume total tumpahan signifikan
	EN25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan Basel 2 lampiran I,II,III dan VIII yang diangkut diimpor, diekspor atau diolah dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional
	EN26	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	EN27	Tingkat mitigasi dampak terhadap lingkungan produk dan jasa
	EN28	Persentase produk yang terjual dan

		kemasannya yang direklamasikan menurut kategori
Kepatuhan	EN29	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan lingkungan
KATEGORI 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	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan
	EN33	Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Mekanisme pengaduan masalah lingkungan	EN34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi.
KATEGORI SOSIAL		
Sub kategori : Praktik Ketanagakerjaan dan Kenyamanan Bekerja		
Kepegawaian	LA1	Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan turnover karyawan menurut kelompok umur, gender, dan wilayah.
	LA2	Tunjangan yang diberikan bagi karyawan punya waktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan
	LA3	Tingkat kembali bekerja dan tingkat resistensi 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	Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen pekerjaan yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja
	LA6	Jenis dan tingkat cedera, penyebab akibat kerja, hari hilang dan kemangkiran serta

		jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan gender
KATEGORI SOSIAL		
Sub kategori : Praktik Ketenagakerjaan dan Kenyamanan Bekerja		
Kesehatan dan keselamatan kerja	LA7	Pekerjaan yang sering terkena atau beresiko tinggi karena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka
	LA8	Topik kesehatan dan keselamatan tercakup dalam perjanjian formal serikat pekerja
Pelatihan dan Pendidikan	LA9	Jam pelatihan rata-rata pertahun 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	Persentase karyawan yang menerima review kinerja dan pengembangan karier secara regular menurut gender dan kategori karyawan
Keberagaman dan kesetaraan peluang	LA12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan perkategori karyawan dan menurut gender, kelompok usia,keanggotaan kelompok minoritas dan indikator keberagaman lainnya
Kesetaraan Remunerisasi Perempuan dan Laki-laki	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	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan praktek ketenagakerjaan
	LA15	Dampak negative aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Pengaduan Masalah Ketenagakerjaan	LA16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui pengaduan resmi
KATEGORI SOSIAL		
Sub kategori : Hak Asasi Manusia		
Investasi	HR1	Jumlah total dan persentase 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/prosedur HAM terkait dengan aspek HAM yang relevan dengan operasi
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 beresiko 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 diidentifikasi beresiko 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 diidentifikasi beresiko tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja
Praktik pengamanan	HR7	Persentase 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 persentase operasi yang telah melakukan review atau asesmen dampak hak asasi manusia
Asesmen pemasok atas Hak Asasi Manusia	HR10	Persentase 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 pengaduan formal
KATEGORI SOSIAL		

Sub kategori : Masyarakat		
Masyarakat lokal	SO1	Persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, dampak, dan pengembangan
Masyarakat Lokal	SO2	Operasi dengan dampak negative aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal
Anti Korupsi	SO3	Jumlah total dan persentase operasi yang dinilai terhadap risiko terkait dengan korupsi dan risiko yang 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	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria untuk dampak terhadap masyarakat
	SO10	Dampak negative 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
KATEGORI SOSIAL		
Sub kategori : Tanggung Jawab atas Produk		
Kesehatan Keselamatan Pelanggan	PR1	Persentase 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 produk dan jasa	PR3	Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti informasi yang sejenis
	PR4	Jumlah total insiden ketidakmampuan 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, promosi 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 : www.globalreporting.org

2.1.2. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu yang menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu :

Tabel 2.4
Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Aldilla Noor Rakhiemah (2009)	Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap <i>Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure</i> dan Kinerja Finansial	Kinerja Lingkungan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap CSR Disclosure, Kinerja Lingkungan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Finansial, CSR Disclosure tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Finansial.
2	Tito Anindito, Moh Didik Ardiyanto (2012)	Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap <i>Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure</i> dan Kinerja Finansial	Kinerja Lingkungan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap CSR, Kinerja Lingkungan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Finansial, dan CSR Disclosure tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Finansial.
3	Sri Rahmayanty (2015)	Pengaruh <i>Size</i> Perusahaan, Kepemilikan Saham Publik, Kepemilikan Saham Asing, dan Profitabilitas Perusahaan terhadap	<i>Size</i> Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR, Kepemilikan Saham Publik berpengaruh terhadap Pengungkapan

		Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	CSR, Kepemilikan Saham Asing tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR, dan Profitabilitas berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR.
4	Suci Rahma Putri (2015)	Pengaruh Pengelolaan Lingkungan dan Kepemilikan Institusional terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> dengan Profitabilitas (ROA) perusahaan sebagai variabel moderasi	Pengelolaan Lingkungan berpengaruh signifikan <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> , Kepemilikan Institusional berpengaruh terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> , Profitabilitas (ROA) tidak dapat mempengaruhi hubungan Pengelolaan Lingkungan terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> , Profitabilitas (ROA) tidak dapat mempengaruhi hubungan Kepemilikan Institusional terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> .
5	Gusti Ayu Dyah Indraswari dan Ida Bagus Putra Astika (2015)	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Kepemilikan Saham Publik terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Sedangkan Kepemilikan Saham Publik berpengaruh negatif terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>
6	Puji Rahayu (2015)	Pengaruh Kepemilikan Saham Publik, Profitabilitas, dan	Kepemilikan saham publik berpengaruh terhadap Pengungkapan <i>Corporate</i>

		Pengungkapan Media terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial	<i>Social Responsibility</i> Profitabilitas dan Pengungkapan Media tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>
7	Puji Rahayu dan Indah Anisyukurlillah (2017)	Pengaruh Kepemilikan Saham Publik, Profitabilitas dan Pengungkapan Media terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial	Kepemilikan Saham Publik berpengaruh positif terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial, Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial, dan Pengungkapan Media tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.
8	Hasnia dan Siti Rofingatun (2017)	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Growth, dan Media Exposure terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, Likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, Growth tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, <i>Media Exposure</i> berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.
9	Desy Mariani 2017	Pengaruh Penerapan Green Accounting, Kepemilikan Saham Publik, Publikasi CSR terhadap Pengungkapan	Green Accounting tidak berpengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap Pengungkapan <i>Corporate</i>

		Corporate Social Responsibility dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening;	<i>Social Responsibility</i> melalui kinerja keuangan sebagai variabel intervening. Kepemilikan Saham Publik berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan namun tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> . Publikasi CSR tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> baik langsung maupun tidak langsung melalui kinerja keuangan.
10	Yesi Herawati 2017	Pengaruh Environmental Performance dan Media Exposure terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> yang dimoderasi oleh Leverage	Variabel moderasi leverage memiliki pengaruh antara hubungan Environmental Performance terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> . Variabel moderasi Leverage tidak memiliki pengaruh antara hubungan Media Exposure terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>

2.2. Kerangka Pemikiran

Praktik Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan konsep yang dimiliki perusahaan untuk bertanggung jawab kepada setiap pemangku kepentingannya yang terdiri dari pemegang saham, karyawan, konsumen dan masyarakat dalam segala aspek operasional yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Praktik pengungkapan CSR ini memiliki peran penting bagi perusahaan. Dalam melaksanakan aktivitasnya tidak hanya berdasarkan aspek ekonomi saja yaitu memaksimalkan laba, tetapi harus menimbang dampak sosial dan lingkungannya, baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang.

2.2.1. Pengaruh Penerapan *Green Accounting* Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Perusahaan keberadaannya tidak terbatas dari lingkungan karena perusahaan berada dalam suatu lingkungan tertentu. Sejumlah perusahaan dituntut untuk lebih memperhatikan masalah lingkungan yang ada. Agar kelangsungan hidup terjaga, perusahaan harus bertanggung jawab dalam mengatasi permasalahan lingkungan meliputi suatu pendekatan menyeluruh atas operasional, produk dan fasilitas perusahaan. Hal itu merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan. Tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR merupakan wujud kesadaran perusahaan sebagai upaya meningkatkan hubungannya dengan masyarakat dan lingkungannya. Bentuk tanggung jawab dapat menimbulkan biaya lingkungan.

Perusahaan sudah seharusnya mengungkapkan mengenai informasi dan mutu lingkungan agar perusahaan dapat dikatakan memiliki pengelolaan lingkungan yang baik. Perusahaan yang telah mengikuti PROPER saja sudah mendapatkan nilai positif dari *stakeholder* walaupun peringkat yang diperoleh bukan emas. Dari penilaian pengelolaan ini dapat menunjukkan mana saja perusahaan yang telah peduli atau memperhatikan lingkungan.

Menurut Suci Rahma Putri (2015) menjelaskan bahwa :

“Perusahaan yang telah mengikuti PROPER akan lebih intens dalam melakukan dan melaporkan tanggung jawab sosialnya, karena dengan perusahaan melaporkan tanggung jawab sosialnya dalam *annual report* dapat menarik investor. Terdapat hubungan positif pengelolaan lingkungan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial.”

Menurut penelitian Kartini (2013) yang menyatakan bahwa:

“Perusahaan yang telah melakukan pengelolaan lingkungan akan melakukan pengungkapan informasi sebagai bentuk komunikasi dan bentuk pertanggung jawaban guna memperoleh, mempertahankan, dan atau meningkatkan legitimasi dari *stakeholder* sehingga perusahaan dapat bertahan hidup. Dengan kata lain, semakin baik kinerja lingkungan perusahaan akan semakin tinggi nilai *Corporate Social Responsibility Disclosure* nya.”

Menurut Aldilla Noor Rakhiemah (2009) menjelaskan bahwa:

“Kinerja lingkungan yang dinilai melalui program PROPER memberikan pengaruh terhadap pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik terbukti memiliki kepedulian sosial yang lebih besar baik terhadap masyarakat maupun tenaga kerjanya. Hal ini terbukti dari *CSR Disclosure score* perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik akan jauh lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang buruk. Perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik tersebut tidak hanya mengungkapkan mengenai kepedulian perusahaan terhadap lingkungan tetapi juga mengenai kualitas produk, keamanan produk, tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat sekitar, hingga kepedulian perusahaan terhadap keselamatan dan kesejahteraan tenaga kerjanya.”

Menurut Yesi Herawati (2017) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa:

“Semakin baik kinerja lingkungan sebuah perusahaan maka akan semakin banyak pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang baik akan melakukan pengungkapan CSR yang lebih luas. Hal ini dinilai mampu untuk memberikan citra yang baik untuk perusahaan sehingga mendapatkan respon yang positif dari berbagai pihak termasuk *stakeholder*.”

Sedangkan Menurut Devita dalam penelitiannya (2015) menjelaskan bahwa:

“Kinerja lingkungan dipengaruhi oleh seberapa besar motivasi perusahaan untuk melakukan pengelolaan lingkungan sehingga akan berdampak pada pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan. Semakin baik kinerja lingkungan perusahaan dan memberikan kontribusi positif terhadap lingkungannya maka semakin besar pula pengungkapan CSR yang diungkapkan oleh perusahaan.”

Menurut Tito Anindito, Moh Didik Ardiyanto (2012) juga menjelaskan bahwa:

“Perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik akan mengungkapkan CSR yang lebih luas. Perusahaan yang mendapatkan peringkat hijau atau emas sudah dinilai positif oleh Kementerian Lingkungan Hidup dalam partisipasinya terhadap masalah lingkungan hidup. Kinerja lingkungan yang diungkapkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup akan menjadi pemicu besar pada perusahaan untuk mengungkapkannya dalam bentuk CSR. Hal ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara kinerja lingkungan dengan CSR Disclosure.”

2.2.2. Pengaruh Kepemilikan Saham Publik terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure

Perusahaan yang sahamnya dimiliki oleh publik akan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih besar daripada perusahaan yang sahamnya tidak dikuasi oleh publik. Perusahaan yang sudah lama berdiri akan memiliki tanggung jawab sosial yang semakin besar, karena semakin

tingginya kepercayaan investor dan masyarakat luas. Akibatnya perusahaan harus memberikan informasi yang seluas-luasnya kepada investor dan masyarakat luas, tidak hanya berupa laporan keuangan tetapi juga berupa pengungkapan tanggung jawab sosial.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Gusti Ayu Putu Wiwik Sriayu dan Ni Putu Sri Harta Mimba (2013) menyatakan bahwa *Public ownership* berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Perusahaan yang memiliki *public ownership* yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan dianggap mampu beroperasi dan memberikan deviden yang sesuai kepada masyarakat sehingga cenderung akan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas.

Hal ini juga didukung dengan penelitian Puji Rahayu dan Indah Anisyukurlillah (2017) menjelaskan bahwa:

“Kepemilikan saham publik berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal tersebut sesuai dengan teori *stakeholder* dimana perusahaan yang sahamnya dimiliki oleh publik akan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih besar daripada perusahaan yang sahamnya tidak dikuasai oleh publik.”

Perusahaan yang sahamnya dikuasai publik lebih banyak, maka artinya para investor dari ranah publik telah memberikan banyak kepercayaan kepada perusahaan sehingga untuk menjaga kepercayaan tersebut, perusahaan akan semaksimal mungkin mengungkapkan segala kegiatan yang ada diperusahaannya. Salah satu pengungkapan tersebut adalah kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan.

Menurut Sri Rahmayanti (2015) menjelaskan bahwa :

“Semakin besar saham yang dimiliki oleh publik, maka akan semakin banyak informasi yang harus diungkapkan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan informasi para investor dalam mengawasi kegiatan manajemen, sehingga kepentingan dalam perusahaan terpenuhi. Pemilik saham publik akan menuntut perusahaan untuk mengungkapkan lebih banyak kegiatan *corporate social responsibility* nya. Sehingga kepemilikan saham publik berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*”

Informasi keuangan yang disampaikan oleh manajemen, oleh para investor digunakan untuk menganalisis kinerja manajemen dan kondisi perusahaan di masa yang akan datang guna mengurangi risiko investasi. Agar publik mau melakukan investasi pada perusahaan dan percaya terhadap rendahnya risiko investasi, maka perusahaan perlu menampilkan keunggulan dan eksistensi nya terhadap publik. Salah satu caranya dengan mengungkapkan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Menurut Puji Rahayu (2015) semakin besar saham perusahaan yang dimiliki publik, maka dapat memicu perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR secara luas.

CSR akan secara proaktif menaikkan ketertarikan publik dengan mendorong pertumbuhan dan perkembangan komunitas. Pada dasarnya, CSR merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan dalam upaya untuk menaikkan ketertarikan publik dengan memperhatikan tiga garis dasar (*triple buttom line*) yaitu *people, planet dan profit*.

2.2.3. Pengaruh Pengungkapan Media terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Komunikasi CSR adalah komunikasi yang dirancang dan didistribusikan oleh perusahaan tentang kegiatan CSR perusahaan tersebut. Komunikasi CSR yang dipercaya adalah komunikasi yang informatif dan mendidik. Ada berbagai media yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengungkapkan kegiatan program CSR. Laporan tahunan (*annual report*) adalah media komunikasi utama perusahaan selain untuk menyebarkan informasi tentang posisi keuangan, juga digunakan untuk mengkomunikasikan informasi lingkungan. Media lain yang semakin populer digunakan adalah laporan CSR atau *sustainability report*.

Hal ini sejalan dengan penelitian Kurnia Putri Pratiwi dan Anis Chariri (2013) menyatakan bahwa :

“Pengungkapan media memiliki peran dalam pengungkapan tanggung jawab sosial. Perusahaan dapat mengungkapkan kegiatan CSR nya melalui berbagai media, terdapat tiga media yang biasanya digunakan perusahaan untuk pengungkapan CSR yaitu melalui media televisi, koran serta internet (*websites*). Dengan demikian secara tidak langsung media mempengaruhi keberlangsungan hidup perusahaan.”

Mengkomunikasikan CSR melalui media internet, diharapkan masyarakat mengetahui aktivitas sosial yang dilakukan perusahaan. Menurut Hasnia dan Siti Rofingatun (2017) Media *website* akan menjadi media yang sangat penting bagi suatu perusahaan karna berperan aktif dalam menggambarkan nilai dari suatu perusahaan dengan memberikan riwayat penyusunan laporan keuangan salah satu nya terkait dengan tanggung jawab

sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan. Hal ini menunjukkan hasil bahwa pengungkapan media berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Menurut Sari (2012) dalam penelitiannya menyatakan bahwa :

“Media internet (*web*) merupakan media yang efektif dengan didukung oleh para pemakai internet yang mulai meningkat. Dengan mengkomunikasikan *Corporate Social Responsibility* melalui media internet, diharapkan masyarakat mengetahui kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan. Jika perusahaan ingin mendapatkan kepercayaan dan legitimasi melalui kegiatan CSR, maka perusahaan harus mempunyai kapasitas untuk memenuhi kebutuhan akan informasi para pemangku kepentingan dan mengkomunikasikan nilai-nilai perusahaan kepada masyarakat. Ini menunjukkan bahwa pengungkapan media berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR”

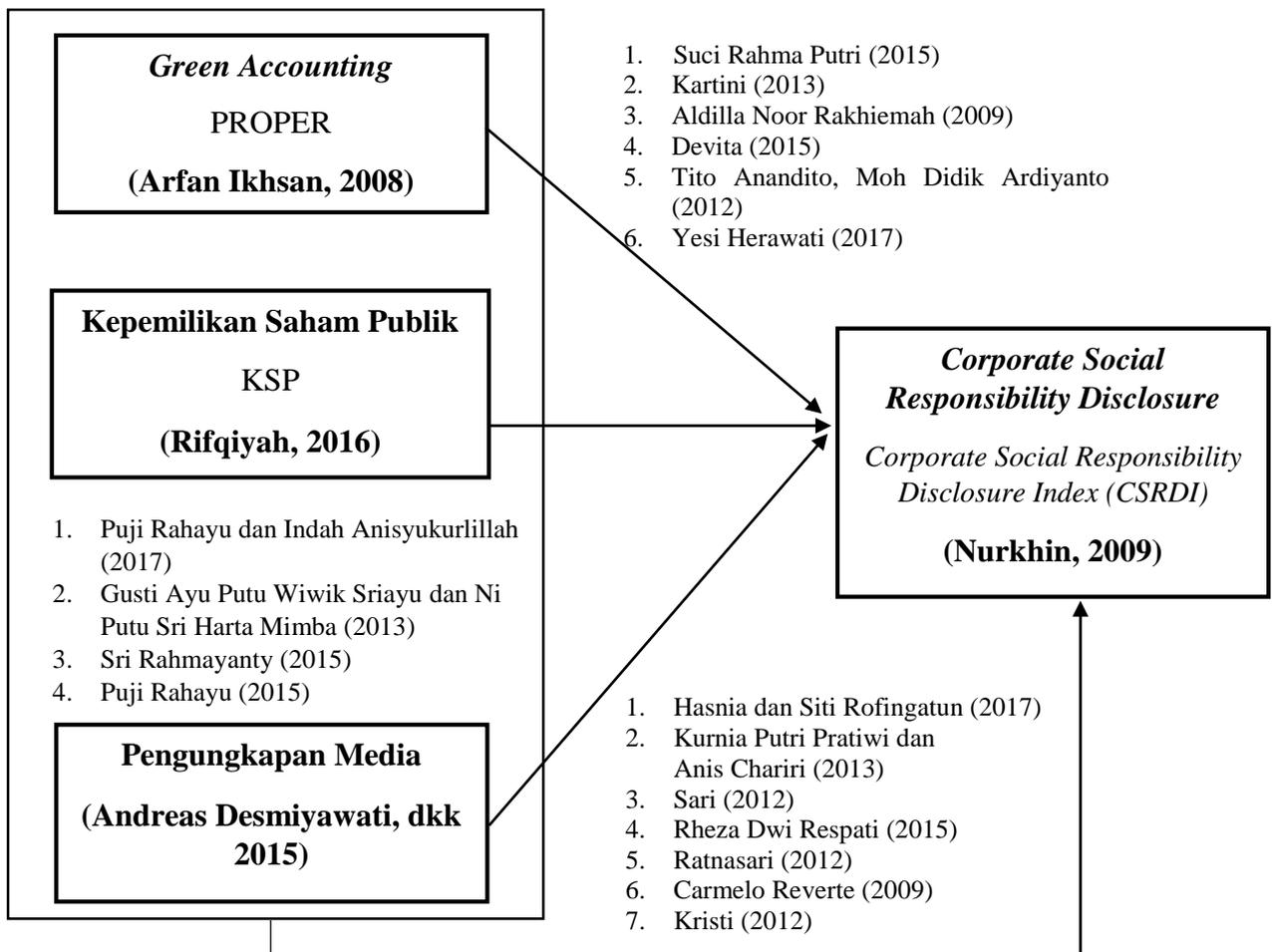
Rheza Dwi (2015) dalam penelitiannya juga menjelaskan bahwa:

“Pengungkapan media memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hal ini berarti perusahaan yang menyajikan informasi CSR dalam website resminya akan mengungkapkan CSR yang lebih luas. Perusahaan yang mengungkapkan kegiatan sosialnya pada website perusahaan dinilai transparan terhadap masyarakat luas, karena perusahaan memberikannya secara umum.”

Sedangkan menurut Ratnasari (2012) menyatakan bahwa perusahaan dapat mengungkapkan aktivitas *Corporate Social Responsibility* melalui berbagai media. Media internet (*web*) merupakan media yang efektif dengan didukung oleh para pemakai internet yang mulai meningkat. Harapan pengungkapan CSR perusahaan melalui media internet adalah agar masyarakat mengetahui aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Reverte (2008) dan Kristi (2012) dimana

perusahaan yang melakukan pengungkapan informasi CSR di media, cenderung untuk lebih luas dalam mengungkapkan laporan CSR nya.

Sesuai dengan judul penelitian yaitu Pengaruh Penerapan *Green Accounting*, Kepemilikan Saham Publik, dan Pengungkapan Media Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017 maka model kerangka pemikiran yang dapat digambarkan adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.3. Hipotesis

Berdasarkan pembahasan di atas, maka hipotesis yang sesuai dengan judul penelitian “Pengaruh *Green Accounting*, Kepemilikan Saham Publik, dan Pengungkapan Media Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*” yaitu:

Hipotesis 1. Terdapat pengaruh *Green Accounting* terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Hipotesis 2. Terdapat pengaruh Kepemilikan Saham Publik terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Hipotesis 3. Terdapat pengaruh Pengungkapan Media terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Hipotesis 4. Terdapat pengaruh *Green Accounting*, Kepemilikan Saham Publik dan Pengungkapan Media terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.