

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Ukuran Dewan Komisaris

2.1.1.1 Definisi Ukuran Dewan Komisaris

Menurut Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007 ayat 6 dalam Agoes dan Ardana (2014:108) dewan komisaris adalah sebagai berikut:

“Dewan komisaris adalah organ perseroan yang bertugas melakukan pengawasan secara umum dan/atau khusus sesuai dengan anggaran dasar serta memberi nasihat kepada direksi”.

KNKG (2006) mendefinisikan dewan komisaris adalah sebagai berikut:

“Dewan komisaris adalah bagian dari organ perusahaan yang bertugas dan bertanggungjawab secara kolektif untuk melakukan pengawasan dan memberikan nasihat kepada direksi serta memastikan bahwa perusahaan melaksanakan GCG, Namun demikian, dewan komisaris tidak boleh turut serta dalam mengambil keputusan operasional”.

Menurut Sembiring (2005) ukuran dewan komisaris adalah sebagai berikut:

“Ukuran dewan komisaris adalah jumlah seluruh anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan”.

Berdasarkan ketiga definisi dewan komisaris di atas menunjukkan bahwa dewan komisaris adalah bagian organ perseroan (seluruh anggota dewan

komisaris) yang bertugas untuk melakukan pengawasan dan memastikan bahwa perusahaan melaksanakan *good corporate governance*.

2.1.1.2 Metode Pengukuran Ukuran Dewan Komisaris

Menurut Sembiring (2005) pengukuran ukuran dewan komisaris menggunakan jumlah anggota dewan komisaris. Semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan monitor yang dilakukan akan semakin efektif.

2.1.2 Kepemilikan Manajerial

2.1.2.1 Definisi Kepemilikan Manajerial

Jensen and Meckling (1976); Morck, dkk (1988) dan Cheng dan Warfield (2005) dalam Rahmawati (2012:103) menyatakan kepemilikan manajerial adalah sebagai berikut:

“Kepemilikan manajerial adalah sebuah mekanisme penting untuk meluruskan insentif manajer dengan para pemegang saham”.

Wahidahwati (2002:5) dalam Rustendi dan Jimmi (2008) menyatakan kepemilikan manajerial sebagai berikut:

“Kepemilikan manajerial merupakan pemegang saham dari pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan perusahaan (Direktur dan Komisaris). Kepemilikan manajerial diukur dari jumlah prosentase saham yang dimiliki manajer”.

Kepemilikan manajerial menurut Machmud & Djakman (2008) dalam Tita Djuitaningsih (2012) adalah sebagai berikut:

“Kepemilikan saham manajerial adalah tingkat kepemilikan saham pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan”.

Berdasarkan ketiga definisi di atas menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial merupakan kepemilikan saham yang dimiliki oleh pihak manajemen dalam perusahaan dan ikut serta dalam pengambilan keputusan.

Salah satu cara untuk meningkatkan kepemilikan adalah melalui *ESOP*, yakni program kompensasi yang berdasarkan saham. Ketika seseorang manajer diberi opsi, opsi tersebut biasanya tidak dapat digunakan sampai tiga atau empat tahun kemudian. Ketika opsi menjadi dapat digunakan (*vested*), manajer dapat memilih untuk menahan *exercisable options* atau menggunakan opsi dan daripada menahan saham (untuk membiayai penggunaan opsi, manajer pada umumnya menjual saham yang diterima dari penggunaan opsi). Manajer juga diberikan *restricted stock*, seperti *option grants*, tidak dapat diperdagangkan sampai setelah tiga atau empat tahun (Rahmawati, 2012:103).

Jensen dan Mecking (1976) dalam Herawaty (2008) menemukan bahwa kepemilikan manajerial berhasil menjadi mekanisme untuk mengurangi masalah keagenan dari manajer dengan menyelaraskan kepentingan-kepentingan manajer dengan pemegang saham. Penelitian mereka menemukan bahwa kepentingan manajer dengan pemegang saham eksternal dapat disatukan jika kepemilikan saham oleh manajer diperbesar sehingga manajer tidak akan memanipulasi laba untuk kepentingannya. Dalam kepemilikan saham yang rendah, maka insentif

terhadap kemungkinan terjadinya perilaku oportunistik manajer akan meningkat (Shleifer dan Vishny 1986 dalam Herawaty 2008).

2.1.2.2 Metode Pengukuran Kepemilikan Manajerial

Nuraninun, Juwita, dan Krisnawati (2012) menyatakan pengukuran kepemilikan manajerial adalah sebagai berikut:

“Kepemilikan manajerial diukur dengan menghitung presentase (%) jumlah saham yang dimiliki oleh pihak manajemen dibagi dengan total jumlah saham yang beredar”.

Berdasarkan uraian di atas, rumus kepemilikan manajerial sebagai berikut:

$$KM = \frac{\text{Jumlah saham manajemen}}{\text{Jumlah saham yang beredar}} \times 100\%$$

Keterangan:

KM = Kepemilikan Manajerial

2.1.3 Proporsi Dewan Komisaris Independen

2.1.3.1 Definisi Proporsi Dewan Komisaris Independen

Widjaja (2009:79) menyatakan komisaris independen adalah sebagai berikut:

“Komisaris independen adalah anggota dewan komisaris yang diangkat berdasarkan keputusan RUPS dari pihak yang tidak terafiliasi dengan pemegang saham utama, anggota direksi dan/ atau anggota dewan komisaris lainnya”.

Komisaris independen menurut Agoes dan Ardana (2014:110) adalah sebagai berikut:

“Komisaris dan direktur independen adalah seseorang yang ditunjuk untuk mewakili pemegang saham independen (pemegang saham minoritas) dan pihak yang ditunjuk tidak dalam kapasitas mewakili pihak mana pun dan semata-mata ditunjuk berdasarkan latar belakang pengetahuan, pengalaman, dan keahlian profesional yang dimilikinya untuk sepenuhnya menjalankan tugas demi kepentingan perusahaan”.

Menurut KNKG (2006) komisaris independen sebagai berikut:

“Komisaris Independen adalah anggota dewan komisaris yang tidak berafiliasi dengan manajemen, anggota dewan komisaris lainnya dan pemegang saham pengendali, serta bebas dari hubungan bisnis atau hubungan lainnya yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak independen atau bertindak semata-mata demi kepentingan perusahaan”.

Berdasarkan ketiga definisi di atas menunjukkan bahwa komisaris independen merupakan anggota dewan komisaris yang tidak terafiliasi dengan manajemen, pemegang saham, dan anggota dewan komisaris lainnya.

2.1.3.2 Metode Pengukuran Proporsi Dewan Komisaris Independen

Menurut Tita Djuitaningsih (2012) pengukuran proporsi dewan komisaris independen adalah sebagai berikut:

“Proporsi dewan komisaris independen diukur dengan rasio atau (%) antara jumlah anggota komisaris independen dibandingkan dengan jumlah total anggota dewan komisaris”.

Berdasarkan uraian di atas, rumus perhitungan proporsi dewan komisaris independen sebagai berikut:

$$\text{PDKI} = \frac{\text{Jumlah anggota komisaris independen}}{\text{Jumlah total anggota dewan komisaris}} \times 100\%$$

Keterangan:

PDKI = Proporsi Dewan Komisaris Independen

2.1.4 Ukuran Perusahaan

2.1.4.1 Definisi Ukuran Perusahaan

Menurut Riyanto (2008:313) ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

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

Torang (2012:93) mendefinisikan ukuran perusahaan sebagai berikut:

“Ukuran organisasi adalah menentukan besarnya jumlah anggota yang berhubungan dengan dengan pemilihan cara pengendalian kegiatan dalam usaha mencapai tujuan”.

Menurut Scott (1981:235) dalam Torang (2012:93) Ukuran organisasi adalah sebagai berikut:

“Ukuran organisasi merupakan suatu variabel konteks yang mengukur tuntutan pelayanan atau produk organisasi”.

Berdasarkan ketiga definisi di atas, menunjukkan bahwa ukuran perusahaan merupakan suatu skala besar kecilnya perusahaan yang dilihat dari besarnya nilai *equity*, nilai penjualan atau nilai aktiva dan berperan sebagai suatu

variabel konteks yang mengukur tuntutan pelayanan atau produk yang dihasilkan oleh organisasi.

2.1.4.2 Klasifikasi Ukuran Perusahaan

Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 mengklasifikasikan ukuran perusahaan ke dalam 4 kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar. Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Pasal 1 mendefinisikan usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar sebagai berikut:

1. “Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berbeda 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”.

2.1.4.3 Metode Pengukuran Ukuran Perusahaan

Harahap (2007:23) menyatakan pengukuran ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

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

Menurut Yogyanto (2007:282) pengukuran ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

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

Berdasarkan uraian di atas menunjukkan bahwa untuk menentukan ukuran perusahaan digunakan dengan ukuran aktiva yang diukur sebagai logaritma dari total aktiva.

2.1.5 *Leverage*

2.1.5.1 Definisi Rasio Solvabilitas atau *Leverage Ratio*

Menurut Fahmi (2014:75) rasio *leverage* adalah sebagai berikut:

“Rasio *leverage* mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang”.

Kasmir (2013:151) menyatakan rasio solvabilitas atau *leverage ratio* adalah sebagai berikut:

“Rasio solvabilitas atau *leverage ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivanya. Dalam arti luas dikatakan bahwa rasio solvabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (dilikuidasi)”.

Menurut Sartono (2008:257) *leverage* adalah sebagai berikut:

“*Leverage* merupakan penggunaan *assets* dan sumber dana (*source of funds*) oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap (beban tetap) dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham”.

Penggunaan hutang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk dalam kategori *extreme leverage* (hutang ekstrem) yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat hutang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban hutang tersebut. Karena itu sebaiknya perusahaan harus menyeimbangkan berapa hutang yang layak diambil dan dari mana sumber-sumber yang dapat dipakai untuk membayar hutang.

Berdasarkan ketiga definisi di atas, menunjukkan bahwa *leverage* digunakan untuk mengukur seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang.

Penggunaan rasio solvabilitas atau rasio *leverage* bagi perusahaan memberikan banyak manfaat yang dapat dipetik, baik rasio rendah maupun rasio tinggi. Menurut Fred Weston dalam Kasmir (2013:152) rasio solvabilitas memiliki beberapa implikasi berikut:

1. “Kreditor mengharapkan ekuitas (dana yang disediakan pemilik) sebagai margin keamanan. Artinya jika pemilik memiliki dana yang kecil sebagai modal, risiko bisnis terbesar akan ditanggung oleh kreditor.
2. Dengan pengadaan dana melalui utang, pemilik memperoleh manfaat, berupa tetap dipertahankannya penguasaan atau pengendalian perusahaan.
3. Bila perusahaan mendapat penghasilan lebih dari dana yang dipinjamkannya dibandingkan dengan bunga yang harus dibayarnya, pengembalian kepada pemilik diperbesar”.

Dalam praktiknya, apabila dari hasil perhitungan, perusahaan ternyata memiliki rasio solvabilitas yang tinggi, hal ini akan berdampak timbulnya risiko

kerugian lebih besar, tetapi juga ada kesempatan mendapat laba juga besar. Sebaliknya apabila perusahaan memiliki rasio solvabilitas lebih rendah tentu mempunyai risiko kerugian lebih besar pula, terutama pada saat perekonomian menurun. Dampak ini juga mengakibatkan rendahnya tingkat hasil pengembalian (*return*) pada saat perekonomian tinggi.

Oleh karena itu, manajer keuangan dituntut untuk mengelola rasio solvabilitas dengan baik sehingga mampu menyeimbangkan pengembalian yang tinggi dengan tingkat risiko yang dihadapi. Perlu dicermati pula bahwa besar kecilnya rasio ini sangat tergantung dari pinjaman yang dimiliki perusahaan, di samping aktiva yang dimilikinya (ekuitas).

Pengukuran rasio solvabilitas atau rasio *leverage*, dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu:

1. “Mengukur rasio-rasio neraca dan sejauh mana pinjaman digunakan untuk permodalan.
2. Melalui pendekatan rasio-rasio laba rugi”.

2.1.5.2 Tujuan dan Manfaat Rasio Solvabilitas atau *Leverage Ratio*

Untuk memilih menggunakan modal sendiri atau modal pinjaman haruslah menggunakan beberapa perhitungan. Seperti diketahui bahwa penggunaan modal sendiri atau dari modal pinjaman akan memberikan dampak tertentu bagi perusahaan. Pihak manajemen harus pandai mengatur rasio kedua modal tersebut. Pengaturan rasio yang baik akan memberikan banyak manfaat bagi perusahaan guna menghadapi segala kemungkinan yang akan terjadi. Namun

semua kebijakan ini tergantung dari tujuan perusahaan secara keseluruhan Kasmir (2013:153).

Berikut adalah beberapa tujuan perusahaan dengan menggunakan rasio solvabilitas yakni:

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

Sementara itu, manfaat rasio solvabilitas atau *leverage ratio* adalah:

1. “Untuk menganalisis kemampuan posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya;
2. Untuk menganalisis kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga);
3. Untuk menganalisis keseimbangan antar nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal;
4. Untuk menganalisis seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang;
5. Untuk menganalisis seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva;
6. Untuk menganalisis atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang;
7. Untuk menganalisis berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih ada terdapat sekian kalinya modal sendiri; dan
8. Manfaat lainnya.

Intinya adalah dengan analisis rasio solvabilitas atau *leverage ratio*, perusahaan akan mengetahui beberapa hal berkaitan dengan penggunaan modal sendiri dan modal pinjaman serta mengetahui rasio kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya. Setelah diketahui, manajer keuangan dapat mengambil kebijakan yang dianggap perlu guna menyeimbangkan penggunaan modal. Akhirnya, dari rasio ini kinerja

manajemen selama ini akan terlihat apakah sesuai tujuan perusahaan atau tidak”.

2.1.5.3 Jenis-Jenis Rasio Solvabilitas atau *Leverage Ratio*

Kasmir (2013:155) menyatakan biasanya penggunaan rasio solvabilitas atau *leverage* disesuaikan dengan tujuan perusahaan. Artinya perusahaan data menggunakan rasio *leverage* secara keseluruhan atau sebagian dari masing-masing jenis rasio solvabilitas yang ada. Penggunaan rasio secara keseluruhan, artinya seluruh jenis rasio yang dimiliki perusahaan, sedangkan sebagian artinya perusahaan hanya menggunakan beberapa jenis rasio yang dianggap perlu untuk diketahui.

Dalam praktiknya, terdapat beberapa jenis rasio solvabilitas yang sering digunakan perusahaan. Adapun jenis-jenis rasio yang ada dalam rasio solvabilitas antara lain:

1. “*Debt to asset ratio (debt ratio)*”
2. *Debt to equity ratio*
3. *Long term debt to equity ratio*
4. *Tangible assets debt coverage*
5. *Current liabilities to net worth*
6. *Time interest earned*
7. *Fixed charge coverage*”

Menurut Fahmi (2014:72) rasio *leverage* secara umum ada 7 (tujuh) yaitu *debt to total assets*, *debt to equity ratio*, *times interest earned*, *cash flow coverage*, *long- term debt to total capitalization*, *fixed charge coverage*, dan *cash flow adequacy*.

1. *Debt to Assets Ratio (Debt Ratio)*

Menurut Kasmir (2013:156) *debt to assets ratio (debt ratio)* adalah sebagai berikut:

“*Debt to assets ratio (Debt ratio)* merupakan rasio utang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total aktiva. Dengan kata lain, seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva”.

Fahmi (2014:72) mendefinisikan *debt to total assets* atau *debt ratio* sebagai berikut:

“Rasio ini disebut juga sebagai rasio yang melihat perbandingan utang perusahaan, yaitu diperoleh dari perbandingan total utang dibagi dengan total aset”.

Rasio ini dapat dihitung dengan rumus yaitu:

$$\text{Debt to asset ratio} = \frac{\text{Total debt}}{\text{Total assets}}$$

(Kasmir, 2013:156)

2. *Debt to Equity Ratio*

Menurut Kasmir (2013:157) *debt to equity ratio (debt ratio)* adalah sebagai berikut:

“*Debt to equity ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh utang, termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan. Dengan kata lain, rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang”.

Joel G. Siegel dan Je K. Shim dalam Fahmi (2014:73) mendefinisikan *debt to equity ratio* sebagai berikut:

“Ukuran yang dipakai dalam menganalisis laporan keuangan untuk memperlihatkan besarnya jaminan yang tersedia untuk kreditor”.

Rasio ini dapat dihitung dengan rumus yaitu:

$$\text{Debt to equity ratio} = \frac{\text{Total Utang (Debt)}}{\text{Ekuitas (Equity)}}$$

(Kasmir, 2013:158)

3. *Long Term Debt to Equity Ratio*

Menurut Kasmir (2013:159) *long term debt to equity ratio* adalah sebagai berikut:

“*Long term debt to equity ratio* merupakan rasio antara utang jangka panjang dengan modal sendiri. Tujuannya adalah untuk mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang dengan cara membandingkan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri yang disediakan oleh perusahaan”.

Fahmi (2014:76) mendefinisikan *long term debt to total capitalization* sebagai berikut:

“*Long term debt to total capitalization* disebut juga dengan utang jangka panjang/total kapitalisasi. *Long term debt* merupakan sumber dana pinjaman yang bersumber dari utang jangka panjang, seperti obligasi dan sejenisnya”.

Rumusan untuk mencari rasio ini adalah dengan menggunakan perbandingan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri, yaitu:

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

(Kasmir, 2013:159)

4. *Time Interest Earned*

Menurut J. Fred Weston dalam Kasmir (2013:160) *time interest earned* adalah sebagai berikut:

“*Time interest earned* merupakan rasio untuk mencari jumlah kali perolehan bunga. Rasio ini diartikan oleh James C. Van Horne juga sebagai kemampuan perusahaan untuk membayar biaya bunga, sama seperti *coverage ratio*”.

Fahmi (2014:74) mendefinisikan *time interest earned* sebagai berikut:

“*Time interest earned* disebut juga dengan rasio kelipatan”.

Rumus untuk mencari *time interest earned* dapat digunakan dengan dua cara sebagai berikut:

$$\textit{Time Interest Earned} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Biaya bunga (Interest)}}$$

atau

$$\textit{Time Interest Earned} = \frac{\text{EBT} + \text{Biaya bunga}}{\text{Biaya bunga (Interest)}}$$

(Kasmir, 2013:161)

5. *Fixed Charge Coverage*

Menurut Kasmir (2013:162) *fixed charge coverage* adalah sebagai berikut:

“*Fixed charge coverage* atau lingkup biaya tetap merupakan rasio yang menyerupai *time interest earned ratio*. Hanya saja perbedaannya adalah rasio ini dilakukan apabila perusahaan memperoleh utang jangka panjang atau menyewa aktiva berdasarkan kontrak sewa (*lease contract*). Biaya tetap merupakan biaya bunga ditambah kewajiban sewa tahunan atau jangka panjang”.

Fahmi (2014:74) mendefinisikan *fixed charge coverage* sebagai berikut:

“*Fixed charge coverage* disebut juga dengan rasio menutup beban tetap. Rasio menutup beban tetap adalah ukuran yang lebih luas dari

kemampuan perusahaan untuk menutup beban tetap dibandingkan dengan rasio kelipatan pembayaran bunga karena termasuk pembayaran beban bunga tetap yang berkenaan dengan sewa guna usaha”.

Rumus untuk mencari *fixed charge coverage* (FCC) adalah sebagai berikut:

$$\text{Fixed charge coverage} = \frac{\text{EBT} + \text{Biaya bunga} + \text{Kewajiban sewa/lease}}{\text{Biaya bunga} + \text{Kewajiban sewa/lease}}$$

(Kasmir, 2013:162)

Menurut Kasmir (2013:155) 2 (dua) rasio lainnya adalah *tangible assets debt coverage* dan *current liabilities to net worth* sedangkan menurut Fahmi 2 (dua) rasio lainnya adalah *cash flow adequacy* dan *cash flow coverage*.

6. *Cash Flow Coverage*

Menurut Fahmi (2014:74) rumus *cash flow coverage* adalah sebagai berikut:

$$\text{Fixed cost} + \frac{\text{Aliran kas masuk} + \text{Depreciation}}{(1-\text{Tax})} + \frac{\text{Dividen saham preferen}}{(1-\text{Tax})}$$

Keterangan:

- *Depreciation* = Depresiasi atau penyusutan
Penyusutan adalah penurunan nilai secara berangsur-angsur.
- *Fixed cost* = Beban tetap
Fixed cost adalah biaya yang tetap yang harus dikeluarkan oleh perusahaan selama perusahaan tersebut terus menjalankan aktivitasnya .

7. *Cash Flow Adequacy*

Menurut Fahmi (2014:76) *cash flow adequacy* adalah sebagai berikut:

“*Cash flow adequacy* disebut juga dengan rasio kecukupan arus kas. Kecukupan arus kas digunakan untuk mengukur kemampuan

perusahaan menutup pengeluaran modal, utang jangka panjang, dan pembayaran dividen setiap tahunnya”.

Adapun rumus *cash flow adequacy* adalah sebagai berikut:

$$\frac{\text{Arus kas dari aktivitas operasi}}{\text{Pengeluaran modal} + \text{Pelunasan utang} + \text{Bayar dividen}}$$

(Fahmi, 2014:77)

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus *debt to equity ratio* untuk menghitung *leverage*, karena rasio ini, rasio yang paling umum digunakan. Informasi DER akan dapat digunakan oleh pihak eksternal, khususnya kreditur dan investor dalam mengukur kinerja perusahaan dan menurut Fakhruddin (2008:109) perusahaan yang memiliki utang lebih besar dari *equity* dikatakan sebagai perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi.

2.1.6 Corporate Social Responsibility Disclosure

2.1.6.1 Definisi Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Menurut Hery (2012:143) pengungkapan *corporate social responsibility* adalah sebagai berikut:

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

Pratiwi dan Djamhuri (2004) dalam Rahmawati (2012:183) mendefinisikan pengungkapan *corporate social responsibility* adalah sebagai berikut:

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

Pengungkapan (*disclosure*) dapat didefinisikan sebagai penyajian sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal yang efisien.

Berdasarkan dua definisi di atas menunjukkan bahwa pengungkapan CSR adalah proses penyampaian informasi mengenai aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan sosialnya terhadap masyarakat.

2.1.6.2 Definisi *Corporate Social Responsibility*

Menurut Sudana (2011:10) *corporate social responsibility* adalah sebagai berikut:

“Tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility* (CSR) merupakan tanggung jawab sebuah organisasi perusahaan terhadap dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatannya kepada masyarakat dan lingkungan”.

The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)

dalam Hery (2012:138) mendefinisikan CSR adalah sebagai berikut:

“*Corporate social responsibility* 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 pembangunan”.

Trinidad and Tobacco Bureau of Standards (TTBS) dalam Hery (2012:138) CSR diartikan sebagai berikut:

“*Corporate social responsibility* sebagai komitmen usaha untuk bertindak etis, beroperasi secara legal, dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan masyarakat secara lebih luas”.

Sebuah Forum CSR mendefinisikan CSR sebagai bisnis yang dilakukan secara transparan dan terbuka serta berdasarkan nilai-nilai moral dan menjunjung tinggi rasa hormat kepada karyawan, komunitas, dan lingkungan. 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 tanggung jawab organisasi di bidang hukum.

Jadi, dapat disimpulkan 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.

2.1.6.3 Konsep *Corporate Social Responsibility*

Rahmawati (2012: 179) menyatakan ditetapkan Undang-undang No. 40 tahun 2007 tentang perseroan Terbatas (UUPT), maka CSR (*Corporate Social Responsibility*) atau tanggung jawab sosial perusahaan yang sebelumnya

merupakan suatu hal yang bersifat sukarela akan berubah menjadi suatu hal yang wajib dilaksanakan. Para pengusaha berargumen bahwa CSR tidak boleh dipaksakan karena bersifat sukarela dan menjadi bagian dari strategi perusahaan. Mewajibkan perseroan menyisihkan dana CSR melanggar hak asasi manusia (HAM) dan merugikan kepentingan pemegang saham karena akan meningkatkan biaya (*costs*) dan menurunkan laba perseroan. Penurunan laba berdampak pada penurunan jumlah dividen yang diterima pemegang saham dan nilai ekuitas perusahaan. Tujuan jangka panjang perusahaan adalah mengoptimalkan nilai perusahaan.

Perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan juga tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungannya tempat perusahaan beroperasi. Hal ini sejalan dengan *legitimacy theory* yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai *justice*, dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan (Tilt, 1994) dalam Rahmawati (2012:182). Jika terjadi ketidakselarasan antara sistem nilai perusahaan dan sistem nilai masyarakat maka perusahaan dalam kehilangan legitimasinya, yang selanjutnya akan mengancam kelangsungan hidup perusahaan (Lindblom, 1994 dalam Rahmawati, 2012:182) seperti yang dikutip oleh Haniffa dan Cooke (2005) dalam Rahmawati (2012:182). Pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan, dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis (Guthrie dan Parker, 1990

dalam Rahmawati, 2012:182). Praktik pengungkapan CSR bervariasi di antar waktu dan antar Negara. Hal ini disebabkan isu-isu yang dipandang penting oleh satu Negara mungkin akan menjadi kurang penting bagi Negara lain (Gray *et al.* 1995; Williams, 1999; Yusoff dan Lehman, 2003 dalam Rahmawati, 2012:182). Pengungkapan CSR perusahaan untuk meningkatkan citra perusahaan dan ingin dilihat sebagai warga Negara yang bertanggung jawab (Ahmad *et al.* 2003 dalam Rahmawati, 2012:182) dan perusahaan akan mengungkapkan informasi tertentu jika ada aturan yang menghendaknya (Anggraini, 2006 dalam Rahmawati, 2012:182).

2.1.6.4 Kategori Perusahaan Menurut Implementasi CSR

Perilaku para pengusaha beragam, dari kelompok yang sama sekali tidak melaksanakan sampai ke kelompok yang telah menjadikan CSR sebagai nilai inti (*core value*) dalam menjalankan usaha. Terkait dengan praktik CSR, pengusaha dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok, yaitu kelompok hitam, merah, biru, dan hijau (Sukmadi, 2010:136).

Kelompok hitam adalah mereka yang tidak melaksanakan praktik CSR sama sekali. Mereka adalah pengusaha yang menjalankan bisnis semata-mata untuk kepentingan sendiri. Kelompok ini sama sekali tidak peduli pada aspek lingkungan dan sosial sekelilingnya dalam menjalankan usaha, bahkan tidak memperhatikan kesejahteraan karyawannya.

Kelompok merah adalah memulai melaksanakan program CSR, tetapi memandangnya hanya sebagai komponen biaya yang akan mengurangi keuntungannya.

Kelompok biru, perusahaan yang menilai praktek CSR akan memberi dampak positif terhadap usahanya karena merupakan investasi bukan biaya.

Kelompok hijau, perusahaan yang sudah menempatkan CSR pada strategi jantung dan inti bisnisnya, CSR tidak hanya dianggap sebagai keharusan, tetapi kebutuhan yang merupakan modal sosial.

Tabel 2.1
Kategori Perusahaan Menurut Implementasi CSR

Peringkat	Keterangan
Hijau	<ul style="list-style-type: none"> • Perusahaan yang sudah menempatkan CSR pada strategi jantung dan inti bisnisnya. • CSR tidak hanya dianggap sebagai keharusan, tetapi kebutuhan yang merupakan modal sosial.
Biru	<ul style="list-style-type: none"> • Perusahaan yang menilai praktek CSR akan memberi dampak positif terhadap usahanya karena merupakan investasi bukan biaya.
Merah	<ul style="list-style-type: none"> • Perusahaan peringkat hitam yang memulai menerapkan CSR. CSR masih dipandang sebagai komponen biaya yang mengurangi keuntungan perusahaan.
Hitam	<ul style="list-style-type: none"> • Kegiatannya degeneratif. • Mengutamakan kepentingan bisnis. • Tidak peduli aspek sosial disekelilingnya.

2.1.6.5 Faktor yang Mempengaruhi *Corporate Social Responsibility*

Menurut *princes of wales foundation* dalam Sukmadi (2010:138), ada lima hal penting yang dapat mempengaruhi implementasi CSR, yaitu:

1. “Menyangkut *human capital* atau pemberdayaan manusia.
2. *Environments* yang berbicara tentang lingkungan.
3. *Good corporate governance*.
4. *Social cohesion*, yaitu dalam melaksanakan CSR jangan sampai menimbulkan kecemburuan sosial.
5. *Economic strength*, atau memberdayakan lingkungan menuju kemandirian di bidang ekonomi”.

Aktivitas CSR bagi perusahaan publik apabila dari investor global yang memiliki idealism tertentu, dengan aktivitas CSR, saham perusahaan dapat lebih bernilai. Investor akan rela membayar mahal karena kita membicarakan tentang *sustainability* dan *acceptability* dalam bentuk premium nilai saham tersebut. Itu sebabnya, ada pembahasan tentang CSR pada *annual report* karena investor ingin bersosial dengan membayar saham perusahaan secara premium. Jika perusahaan anda termasuk *high risk* investor akan menghindar. Dari uraian tersebut tampak bahwa faktor yang mempengaruhi implementasi CSR adalah komitmen pimpinan perusahaan, ukuran, dan kematangan perusahaan, serta regulasi dan sistem perpajakan yang diatur pemerintah (Sukmadi, 2010:138).

2.1.6.6 Praktik *Corporate Social Responsibility* di Indonesia

Menurut Hery (2012:142) di Indonesia, konsep CSR mulai menjadi isu yang hangat sejak tahun 2001, di mana banyak perusahaan dan instansi-instansi sudah mulai melirik CSR sebagai suatu konsep pemberdayaan masyarakat. Perkembangan tentang konsep CSR pada dasarnya semakin terwujud, baik

ditinjau dari segi kualitas maupun kuantitas. Pelaksanaan CSR di Indonesia lebih banyak dilakukan melalui kerja sama dengan pihak lain ataupun organisasi lain. Adapun kecenderungan kegiatan yang dilakukan adalah berupa pelayanan sosial, pendidikan dan pelatihan, lingkungan, ekonomi, dan sebagainya.

Setidaknya ada tiga alasan penting mengapa kalangan dunia usaha harus merespons dana untuk mengembangkan isu tanggung jawab sosial sejalan dengan operasi usahanya. Pertama, perusahaan adalah bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat. Kedua, kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme. Ketiga, kegiatan tanggung jawab sosial merupakan salah satu cara untuk merendam atau bahkan menghindari konflik sosial.

Program yang dilakukan oleh perusahaan dalam kaitannya dengan tanggung jawab sosial di Indonesia dapat digolongkan dalam tiga bentuk, yaitu sebagai berikut: *Public Relations*: usaha untuk menanamkan persepsi positif kepada komunitas tentang kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan (Hery, 2012:143).

1. “*Defensive Strategy*: usaha yang dilakukan perusahaan guna menangkis anggapan negatif komunitas yang sudah tertanam mengenai kegiatan perusahaan, dan biasanya untuk melawan serangan negatif dari anggapan komunitas. Usaha CSR yang dilakukan adalah untuk mengubah anggapan negatif yang telah berkembang sebelumnya menjadi anggapan positif.
2. Kegiatan yang berasal dari visi perusahaan: melakukan program untuk kebutuhan komunitas sekitar perusahaan atau melakukan kegiatan yang berbeda dari hasil perusahaan itu sendiri”.

2.1.6.7 Tema Pengungkapan Sosial

Kategori *corporate social disclosure* menurut William (1999) dalam Rahmawati (2012:187) meliputi 5 (lima) tema antara lain: (1) *environment*; (2) *energy*; (3) *human resources and management*; (4) *products and customers*; and (5) *community*. Sedangkan Brammer *et al* (2005). Pengungkapan CSR dengan mempertimbangan tiga parameter CSR yaitu: *Employment*, *Environment*, dan *Community*. Penelitian mengenai CSR telah banyak dilakukan di berbagai Negara dan dalam kurun waktu yang berbeda. Umumnya memiliki karakteristik perusahaan yang diduga memiliki hubungan dengan praktek pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan yang merupakan sumber informasi penting bagi *stakeholder* dalam menilai kinerja perusahaan (Rahmawati, 2012:188).

2.1.6.8 Metode Pengukuran *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Corporate social responsibility diukur dengan angka indeks *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI) hasil *content analysis*, berdasarkan indikator GRI (*global reporting initiatives*) yang terdiri dari 79 item.

Pendekatan untuk menghitung CSRI pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu item CSR diberi *score* 1 jika diungkapkan dan *score* 0 jika tidak diungkapkan (Haniffa *et al*, 2005 dalam Titi Suhartati, 2011). Selanjutnya skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan *score* untuk setiap perusahaan. Rumus perhitungan *Corporate Social Responsibility Index Disclosure* (CSRDI) adalah sebagai berikut:

$$CSRDI = \frac{\sum x_{ij}}{N_j}$$

Keterangan:

CSRDI_j = *Corporate social responsibility disclosure index* perusahaan j

N_j = Jumlah item untuk perusahaan j, n_j < 79

X_{ij} = *Dummy variable* 1 = jika item I diungkapkan, 0 = jika item tidak diungkapkan.

Dengan demikian $0 \leq CSRDI_j \leq 1$

2.1.7 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian yang sesuai dengan penelitian ini telah dilakukan sebelumnya oleh beberapa peneliti. Berikut ini adalah penelitian terdahulu:

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Eddy Rismanda Sembiring (2005)	Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia.	Variabel Independen: <i>Size</i> , profitabilitas, <i>profile</i> , Ukuran Dewan Komisaris, <i>Leverage</i> Variabel Dependen: Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial	Hasil pengujian hipotesis menyatakan bahwa ukuran perusahaan (<i>size</i>), <i>profile</i> dan ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial.
2.	Inayah dan Anies (2010)	Pengaruh <i>Earnings Management</i> dan Mekanisme <i>Corporate Governance</i> terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social</i>	Variabel Independen: <i>Earnings Management</i> , Kepemilikan Institusional, Komposisi Dewan Direktur Independen,	Hasil pengujian hipotesis menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> , sedangkan <i>earnings management</i> , kepemilikan

No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		<i>Responsibility</i> serta Implikasinya terhadap Return Saham pada Perusahaan Manufaktur Bidang Perikanan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.	Ukuran Perusahaan dan <i>Leverage</i> Variabel Dependen: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	institusional, komposisi dewan direktur independen dan <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i>
3	Riha Dedi Priantana dan Ade Yustian (2011)	Pengaruh Struktur <i>Good Corporate Governance</i> terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> pada Perusahaan Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.	Variabel Independen: <i>Good Corporate Governance</i> Variabel Dependen: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Hasil pengujian hipotesis menyatakan bahwa kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, komite audit, ukuran dewan komisaris dan komposisi dewan komisaris secara bersama-sama berpengaruh signifikan. Secara parsial kepemilikan manajerial, komite audit, ukuran dewan komisaris dan komposisi dewan komisaris yang berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.
4	Muhammad Titan Terzaghi (2012)	Pengaruh <i>Earning Management</i> dan Mekanisme <i>Corporate Governance</i> terhadap Pengungkapan Tanggung jawab Sosial pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Variabel Independen: <i>Earning Management</i> dan Mekanisme <i>Corporate Governance</i> Variabel Dependen: Pengungkapan Tanggung jawab Sosial Perusahaan	Hasil pengujian hipotesis secara parsial diketahui bahwa variabel independen ukuran dewan komisaris dan <i>profile</i> memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan <i>earning management</i> , kepemilikan manajerial, komposisi dewan komisaris, komite audit, dan kepemilikan institusional tidak signifikan.
5	Tita Djuitaningsih (2012)	Pengaruh Manajemen Laba dan Mekanisme <i>Corporate Governance</i> terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> pada Perusahaan Non-Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.	Variabel Independen: Manajemen Laba dan Mekanisme <i>Corporate Governance</i> Variabel Dependen: <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen laba, ukuran dewan komisaris, proporsi dewan komisaris independen, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, ukuran komite audit tidak berpengaruh terhadap CSRD, sedangkan jumlah rapat komite audit berpengaruh positif terhadap CSRD.

No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
6	Ira Robiah Adawiyah (2013)	Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan <i>Leverage</i> terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> pada Perusahaan <i>Go Public</i> yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index.	Variabel Independen: Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan <i>Leverage</i> Variabel Dependen: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tipe industri, ukuran perusahaan, profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> , sedangkan <i>leverage</i> berpengaruh secara signifikan terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> .
7	Megawati Holly Deviarti (2013)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, <i>Leverage</i> dan Penerapan GCG terhadap Pengungkapan CSR	Variabel Independen: Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, <i>Leverage</i> dan Penerapan GCG Variabel Dependen: Pengungkapan CSR	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap CSR, profitabilitas, <i>leverage</i> , <i>Good Corporate Governance</i> yang diukur dengan komite audit dan dewan direksi tidak memiliki pengaruh terhadap CSR.

Sumber: Data yang diolah kembali oleh penulis, 2015

2.2 Kerangka Pemikiran

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

Hery (2012:136) menyatakan CSR merujuk pada transparansi pengungkapan tanggung jawab 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. Dengan adanya masalah sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh aktivitas bisnis perusahaan, maka sudah selayaknya apabila entitas bisnis bersedia untuk menyajikan suatu laporan yang dapat mengungkapkan bagaimana kontribusi mereka terhadap berbagai permasalahan sosial yang terjadi disekitarnya. CSR sebagai sebuah gagasan menjadikan perusahaan untuk tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya saja, tetapi juga harus berpijak pada *triple bottom lines*, yaitu memperlihatkan masalah sosial dan lingkungan.

Gray *et al.*, (1995) dalam Yuliana dan Purnomosidhi (2008) dalam Rahmawati (2012:193) mengemukakan beberapa teori yang melatarbelakangi perusahaan untuk melakukan pengungkapan sosial yaitu:

1. *“Decision Usefulness Studies*
Teori ini memasukkan para pengguna laporan akuntansi yang lain selain para investor ke dalam kriteria dasar pengguna laporan akuntansi sehingga suatu pelaporan akuntansi dapat berguna untuk pengambilan keputusan ekonomi oleh semua unsur pengguna laporan tersebut.\
2. *Economic Theory Studies*
Studi ini berdasarkan pada *economic agency theory*. Teori tersebut

membedakan antara pemilik perusahaan dengan pengelola perusahaan dan menyiratkan bahwa pengelola perusahaan harus memberikan laporan pertanggungjawaban atas segala sumber daya yang dimiliki dan dikelolanya kepada pemilik perusahaan.

3. *Social and Political Studies*

Sektor ekonomi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan politik, sosial, dan kerangka institusional tempat ekonomi berada. Studi sosial dan politik mencakup dua teori utama, yaitu *stakeholder theory* dan *legitimacy theory*".

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

2.2.1 Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan pengawasan yang dilakukan akan semakin efektif. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya (Sembiring, 2005 dalam Rahmawati, 2012:184). Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Beasley (2000) dalam Rahmawati (2012:184).

Dewan komisaris dianggap sebagai mekanisme pengendalian intern tertinggi, yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya, sehingga kebanyakan penelitian menunjukkan adanya hubungan positif antara

dewan komisaris dengan tingkat pengungkapan informasi oleh perusahaan (Rahmawati, 2012:186).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Akhtaruddin et al. (2009) dalam Tita Djuitaningsih (2012), kemampuan dewan komisaris dalam mengawasi akan lebih meningkat mengikuti penambahan anggota dewan komisaris. Semakin besar ukuran dewan komisaris, maka pengalaman dan kompetensi kolektif dewan komisaris akan bertambah, sehingga informasi yang diungkapkan oleh manajemen akan lebih luas, selain itu ukuran dewan komisaris yang lebih besar dipandang sebagai mekanisme *corporate governance* yang efektif untuk mendorong transparansi dan pengungkapan. Ukuran dewan komisaris dihitung dengan menggunakan jumlah anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan yang disebutkan di dalam laporan tahunan (Sembiring, 2005).

2.2.2 Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Kepemilikan manajerial merupakan para pemegang saham yang juga berarti dalam hal ini sebagai pemilik dalam perusahaan dari pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan pada suatu perusahaan yang bersangkutan, yang biasanya dinyatakan sebagai persentase saham perusahaan yang beredar yang dimiliki oleh orang dalam perusahaan yaitu manajer, komisaris dan direksi (Domash (2009:218) dalam Riha dan Ade (2011).

Semakin besar proporsi kepemilikan manajemen pada perusahaan, maka manajemen cenderung berusaha lebih giat untuk kepentingan pemegang saham yang tidak lain adalah dirinya sendiri (Ross et al, 2002 dalam Tita Djuitaningsih, 2012). Semakin besar kepemilikan saham oleh manajer maka akan semakin mengurangi perilaku oportunistik manajer untuk memaksimalkan kepentingan pribadi. Dengan begitu manajer akan mengambil keputusan sesuai dengan kepentingan perusahaan, yaitu salah satunya dengan mengungkapkan informasi CSR untuk meningkatkan *image* perusahaan meskipun ia harus mengorbankan sumber daya untuk aktifitas tersebut (Gray, et al. 1988 dalam Anggraini, 2006).

Murwaningsari (2009) dalam Riha dan Ade (2011) dalam penelitiannya mengenai hubungan *corporate governance*, *corporate social responsibility* dan *corporate financial performance* dalam suatu *continuum*, menyimpulkan bahwa pengaruh kepemilikan manajerial terhadap *corporate social responsibility indeks* adalah positif, jika kepemilikan manajerial naik maka *corporate social responsibility indeks* akan mengalami peningkatan juga..

2.2.3 Pengaruh Proporsi Dewan Komisaris Independen terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure

Haniffa dan Cooke (2002) dalam Tita Djuitaningsih (2012) menyatakan apabila jumlah komisaris independen di suatu perusahaan semakin besar atau dominan, maka dapat memberikan *power* kepada dewan komisaris untuk meningkatkan kualitas pengungkapan informasi perusahaan. Komposisi dewan komisaris independen yang semakin besar dapat mendorong dewan komisaris

untuk bertindak objektif dan mampu melindungi seluruh *stakeholders* perusahaan sehingga hal ini dapat mendorong pengungkapan CSR lebih luas. Komisaris independen diperlukan untuk meningkatkan independensi dewan komisaris terhadap kepentingan pemegang saham dan benar-benar menempatkan kepentingan perusahaan di atas kepentingan lainnya (Muntoro, 2006 dalam Tita Djuitaningsih, 2012).

2.2.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

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

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

Pernyataan tersebut didukung oleh hasil penelitian dari Deviarti (2013), Inayah dan Anies (2010) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap adanya pengungkapan CSR.

2.2.5 Pengaruh *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Leverage keuangan mengacu pada jumlah pendanaan utang (yang memberikan pengembalian tetap) dalam struktur modal perusahaan. Dalam hubungannya dengan CSR, struktur modal dari sebuah perusahaan dapat mempengaruhi pengeluaran atas biaya CSR. Belkaoui dan Karpik (1989) dalam Rusdianto (2013:46) menyatakan bahwa keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan. Manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*.

Jensen (1986) dalam Inayah dan Anies (2010) menyatakan bahwa saat perusahaan mempunyai utang bunga yang tinggi, kemampuan manajemen untuk berinvestasi lebih pada program CSR adalah terbatas. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi berusaha menyampaikan lebih banyak informasi sebagai instrumen untuk mengurangi *monitoring costs* bagi investor. Mereka memberikan informasi yang lebih detail dalam laporan tahunan untuk memenuhi kebutuhan tersebut dibandingkan dengan perusahaan yang *leverage*-nya lebih rendah. Namun pendapat lain menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki

proporsi utang lebih tinggi dalam struktur modal akan mempunyai biaya keagenan yang lebih tinggi. Semakin tinggi *leverage* perusahaan, semakin tinggi kemungkinan transfer kemakmuran dari kreditur kepada pemegang saham dan manajer (Meek et al, 1995 dalam Inayah dan Anies, 2010), Oleh karena itu, perusahaan yang mempunyai *leverage* tinggi mempunyai kewajiban lebih untuk memenuhi kebutuhan informasi kreditur jangka panjang (Wallace et al, 1994 dalam Inayah dan Anies, 2010). Dengan semakin tinggi *leverage*, yang mana akan menambah beban tetap perusahaan, maka untuk program *corporate social responsibility* menjadi terbatas atau semakin tinggi *leverage*, maka semakin rendah program *corporate social responsibility*. Pernyataan tersebut didukung oleh hasil penelitian dari Adawiyah (2013) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap adanya pengungkapan CSR.

2.3 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.
2. Kepemilikan Manajerial berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.
3. Proporsi Dewan Komisaris Independen berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

4. Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.
5. *Leverage* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.
6. Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Manajerial, Proporsi Dewan Komisaris Independen, Ukuran Perusahaan, dan *Leverage* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.