

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian terdahulu telah banyak dilakukan untuk menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Berikut adalah rincian dari penelitian tersebut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Hayu Wikan Kinasih dan Anna Sumaryati (2012) “ukuran perusahaan, profitabilitas dan financial leverage terhadap pengungkapan tanggung jawab social” (Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2008 – 2010)	Ukuran perusahaan, profitabilitas, financial <i>leverage</i> , sebagai variabel bebas. <i>Corporate social responsibility</i> sebagai variabel terikat	Regresi linear berganda	Penelitian ini menemukan bahwa sebagian ukuran perusahaan (Total Asset) secara signifikan mempengaruhi pengungkapan CSR yang memiliki SIG. 0014. Profitabilitas (EPS) dan leverage keuangan (DER) memiliki SIG. 0248 dan 0196, sehingga tidak ada pengaruh yang signifikan antara profitabilitas dan leverage keuangan terhadap pengungkapan CSR.
2	Linda Santioso dan Erline Chandra (2012) “pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan,	Ukuran perusahaan, profitabilitas, financial <i>leverage</i> , umur perusahaan, dan dewan komisaris	Regresi linear berganda	Penelitian ini sebagian diperoleh menunjukkan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan dan dewan komisaris independen pada pengungkapan CSR. Di sisi

	leverage, umur perusahaan, dan dewan komisaris independen dalam pengungkapan corporate social responsibility”	independen sebagai variabel bebas. <i>Corporate social responsibility</i> sebagai variabel terikat		lain, hasil parsial menunjukkan bahwa tidak adanya efek leverage dan usia perusahaan terhadap pengungkapan CSR.
3	Thio Lie Sha (2011) “Pengaruh ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, profitabilitas dan leverage terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bej tahun 2009-2010”	Ukuran perusahaan, profitabilitas, financial <i>leverage</i> , dan dewan komisaris sebagai variabel bebas. <i>Corporate social responsibility</i> sebagai variabel terikat	Regresi linear berganda	hasil uji secara parsial dengan menggunakan uji t diketahui bahwa hanya ukuran perusahaan dan profitabilitas yang mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, sedangkan ukuran dewan komisaris dan leverage tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.
4	Herman Darwis (2009) “Ukuran perusahaan, profitabilitas, dan financial leverage terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan high profile di bej”	Ukuran perusahaan, profitabilitas, financial <i>leverage</i> , sebagai variabel bebas. <i>Corporate social responsibility</i> sebagai variabel terikat	Regresi linear berganda	Temuan penelitian membuktikan bahwa ukuran perusahaan secara signifikan dan positif mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Profitabilitas perusahaan memiliki hubungan negatif dan tidak signifikan. Leverage keuangan tidak berpengaruh pada pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

5	Rina Trisnawati (2014) “Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, ukuran dewan komisaris dan kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan corporate social responsibility (csr) industri perbankan di Indonesia tahun 2009-2011”	Ukuran perusahaan, profitabilitas, <i>leverage</i> , dewan komisaris, dan kepemilikan manajerial sebagai variabel bebas. <i>Corporate social responsibility</i> sebagai variabel terikat	Regresi linear berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan secara signifikan mempengaruhi pengungkapan tata kelola perusahaan (p Value = 0.001). Variabel independen lainnya seperti: profitabilitas, leverage, ukuran Dewan Komisaris dan kepemilikan manajerial tidak mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
---	---	---	-------------------------	---

Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu, sebagai berikut:

1. Variabel Profitabilitas di penelitian ini di ukur dengan ROA sedangkan dengan penelitian terdahulu variabel Profitabilitas di ukur dengan EPS dan (Thio Lie Sha, 2012). Sedangkan (Anna Sumaryati, 2011) variabel Profitabilitas di ukur dengan DER

Persamaan antara peneliti yang akan dilakukan ini dengan penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian yang dilakukan sama yaitu perusahaan yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI).
2. Variabel dependen yang akan diuji sama yaitu pengungkapan Corporate social Responsibility (CSR)

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Stakeholder

Fokus teori *stakeholder* bukan laba semata yang menjadi tujuan perusahaan, melainkan juga pemberian manfaat bagi para *stakeholder*. Teori ini menegaskan bahwa sebagai entitas, perusahaan harus memberikan manfaat bagi pihak yang berkepentingan. Januarti dan Apriyanti (2005, diacu dalam Puspitasari, 2012) menyatakan bahwa asumsi dalam *stakeholder theory* ialah eksistensi perusahaan memerlukan dukungan *stakeholder* sehingga aktivitas perusahaan juga mempertimbangkan persetujuan *stakeholder*.

2.2.2 Teori Legitimasi

Fokus teori legitimasi ialah hubungan dua arah antara perusahaan dan masyarakat. Dasar dari hal tersebut ialah pandangan yang menyatakan bahwa perusahaan selalu berusaha menciptakan keharmonisan dan keselarasan antara nilai sosial dalam aktivitasnya dan norma yang berlaku dalam sistem sosial masyarakat bahwa perusahaan menjadi bagian dari sistem tersebut (Ghozali dan Chairi, 2007, diacu dalam Purwanto, 2011). Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan harus secara berkelanjutan meyakinkan masyarakat bahwa aktivitas yang dilakukan sesuai dengan norma dan nilai yang berlaku di lingkungan sosial tempat perusahaan beroperasi.

Teori legitimasi mengakui bahwa aktivitas perusahaan dibatasi oleh

kontrak sosial. Di dalam kontrak tersebut disebutkan bahwa perusahaan akan melaporkan kegiatan sosialnya agar memperoleh pengakuan dan diterima oleh masyarakat. Hal tersebut dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan (Reverte, 2009, diacu dalam Kristi, 2013).

2.2.3 Agency Theory

Berdasarkan *agency theory*, terdapat hubungan kontraktual antaranggota di dalam perusahaan. Hubungan tersebut terjadi pada saat satu pihak, yang selanjutnya disebut *principle*, mempekerjakan pihak lain, yang selanjutnya disebut *agent*, untuk memberikan jasa dan menyerahkan kuasa dalam pengambilan putusan. *Principle* yang dimaksud ialah investor atau pemegang saham, sedangkan yang disebut *agent* adalah manajemen.

Inti hubungan kontraktual berdasarkan teori agensi ialah adanya pemisahan tugas dan fungsi antara kepemilikan investor dan pengendalian manajemen. Namun, pemisahan tersebut sering menimbulkan konflik keagenan antara *principle* dan *agent*. Konflik keagenan dapat semakin buruk karena keterbatasan ruang gerak dan waktu dari *principle* dalam mengawasi perilaku manajemen. Terjadinya konflik keagenan berdampak pada timbulnya biaya, yang disebut biaya keagenan. Untuk meminimalkan biaya keagenan, manajemen melakukan pengungkapan informasi yang lebih banyak, yakni dengan pengungkapan CSR (Puspitasari, 2012).

2.2.4 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan terkait dengan suatu pengukuran besar atau kecilnya organisasi atau perusahaan yang dibentuk oleh satu orang atau lebih dalam mencapai tujuannya. Dari beberapa indikator, yang paling banyak digunakan untuk mengukur ukuran perusahaan ialah total aktiva baik aktiva lancar maupun aktiva tidak lancar. (Linarta, 2014) menyatakan bahwa pengukuran ukuran perusahaan melalui indikator total aktiva dapat menggunakan perhitungan nilai logaritma total aktiva. Perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut.

Disamping itu perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan (Sembiring, 2005).

Perusahaan dengan ukuran yang besar dapat bertahan lebih lama daripada perusahaan kecil, karena perusahaan besar merupakan perusahaan yang memiliki sumberdaya yang besar. Sumberdaya yang besar membuat perusahaan akan lebih banyak berhubungan dengan *stakeholder*, sehingga diperlukan pengungkapan yang luas atas aktivitas perusahaan termasuk pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Menurut Rofiqoh (2016), Ukuran perusahaan merupakan variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan tanggung

jawab sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan yang dibuat. Dimana ukuran perusahaan adalah suatu skala atau nilai untuk mengklasifikasikan besar kecilnya suatu perusahaan berdasarkan indikator tertentu, antara lain total aktiva, *log size*, nilai saham, jumlah tenaga kerja, penjualan, dan kapitalisasi pasar.

Menurut Rifqiyah (2016), Ukuran perusahaan adalah salah satu variabel yang digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam *annual report*. Besar (ukuran) perusahaan dapat dinyatakan dalam total aset, penjualan, dan kapitalisasi pasar. Semakin besar total aset, penjualan, dan kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan merupakan variabel penting dalam praktik CSR karena mempunyai peran seperti barometer yang dapat menjelaskan alasan mengapa perusahaan terlibat dalam praktik CSR.

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR tercermin dalam teori agensi yang menjelaskan bahwa perusahaan besar mempunyai biaya agensi yang besar, oleh karena itu perusahaan besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi dari pada perusahaan kecil. Penjelasan lain yang juga sering diajukan adalah perusahaan besar memiliki sumber daya yang besar sehingga perusahaan besar tidak perlu ada tambahan biaya yang besar untuk dapat melakukan pengungkapan dengan lebih lengkap.

Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar

yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar sehingga untuk mengurangi biaya keagenan tersebut perusahaan akan mengungkapkan informasi yang lebih luas. Perusahaan kecil mungkin tidak menunjukkan perilaku tanggung jawab sosial secara jelas karena perusahaan yang berada dalam tahap dewasa dan tumbuh akan menarik lebih banyak perhatian dari lingkungannya dan memerlukan respon yang lebih terbuka (Sudana, 2011 dalam Subiantoro, 2015). Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Indraswari dan Astika (2015), yang menemukan adanya pengaruh signifikan antara ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Begitu juga hasil penelitian Sari (2012), yang juga menemukan pengaruh signifikan antara Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan. (Fahrizqi, 2010). Besar ukuran perusahaan dapat dinyatakan dalam total aktiva, penjualan, dan kapitalisasi pasar. Semakin besar total aktiva, penjualan, dan kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ukuran perusahaan itu. Semakin besar aktiva maka semakin banyak modal yang ditanam, semakin banyak penjualan maka semakin banyak perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ia dikenal dalam masyarakat (Sudarmadji, 2007). Dalam menganalisis ukuran perusahaan bisa dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{LN (Total Asset)}$$

Ukuran perusahaan dihitung menggunakan Logaritma natural dari total asset. Hal ini disebabkan besarnya total aktiva tidak sama dimasing-masing perusahaan, bahkan memiliki selisih yang besar, Dan menyebabkan Nilai yang ekstrim, untuk menghindari data yang tidak normal tersebut maka total asset perlu dilogaritmakan yang diperoleh dari laporan posisi keuangan.

2.2.5 Profitabilitas

Profitabilitas atau kemampuan memperoleh laba adalah suatu ukuran dalam persentase yang digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba pada tingkat yang dapat diterima.(Govindarajan, 2007). Profitabilitas merupakan indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan. Secara garis besar, laba yang dihasilkan perusahaan berasal dari penjualan dan investasi yang dilakukan oleh perusahaan(Sudarmadji, 2007)

Profitabilitas adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial secara lebih luas. Menurut (Apriwenni, 2009), manajemen yang sadar dan memperhatikan masalah sosial, akan mengajukan kemampuan yang diperlukan untuk menggerakkan kinerja keuangan perusahaan. Teori agensi mengatakan bahwa perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas.

Profitabilitas merupakan hasil bersih dari sejumlah kebijakan dan keputusan yang dipilih oleh manajemen suatu organisasi. Heizen dalam Anggraini (2006) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Hal ini berarti, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan tersebut. Yulita (2010) menyatakan bahwa berdasarkan teori legitimasi, salah satu argumen dalam hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial adalah ketika perusahaan memiliki laba yang tinggi, perusahaan tidak perlu melaporkan hal – hal yang mengganggu informasi tentang suksesnya keuangan perusahaan. Sebaliknya pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca *good news* kinerja perusahaan.

Tingkat profitabilitas perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dari kegiatan operasional sehari-hari (Caroline dan Agaton 2010). *Return on Equity* merupakan alat analisis keuangan untuk mengukur profitabilitas. Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan berdasarkan modal tertentu. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham. Semakin besar *ROE* mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi

bagi pemegang saham. Rasio profitabilitas yang digunakan yaitu:

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

Return On Asset (ROA) yaitu memperhitungkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan suatu laba terlepas dari pendanaan yang dipakai. Analisis ROA mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba dengan menggunakan total asset atau kekayaan yang dimiliki perusahaan setelah disesuaikan dengan biaya-biaya untuk mendanai asset tersebut. Analisis ROA bias diproyeksikan ke masa depan untuk melihat kemampuan perusahaan menghasilkan laba pada masa-masa mendatang. (Laksmitaningrum, 2013).

2.2.6 Financial leverage

Financial leverage merupakan sumber dana atau sumber pembiayaan eksternal yang dimanfaatkan perusahaan untuk dialokasikan pada aset atau untuk melakukan investasi (Sari, 2013). Terdapat beberapa jenis pengukuran *financial leverage*, yakni *debt equity ratio* (perbandingan total hutang dengan total modal perusahaan), *debt ratio* (perbandingan antara total utang dan total aktiva), dan *time interest ratio* (perbandingan antara laba sebelum pajak dan bunga dengan beban bunga). *Leverage* merupakan proporsi total hutang terhadap ekuitas pemegang saham. Rasio tersebut digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang (Riyanto, 2002).

Perjanjian terbatas seperti perjanjian hutang yang tergambar dalam tingkat *leverage* dimaksudkan membatasi kemampuan manajemen untuk menciptakan transfer kekayaan antar pemegang saham dan pemegang obligasi (Sembiring, 2006).

Hubungan antara *financial leverage* dengan teori agensi yaitu bahwa suatu perusahaan yang memiliki *financial leverage* yang tinggi, dimungkinkan perusahaan tersebut akan memberikan ungkapan yang lebih banyak daripada perusahaan dengan *financial leverage* yang rendah. Darwis (2009) mengungkapkan dalam penelitian yang dilakukannya bahwa suatu perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan ungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah. *Financial leverage* merupakan sumber dana yang digunakan untuk membiayai perusahaan namun menimbulkan beban tetap. Teori keagenan memprediksi perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi. Rasio *Financial leverage* yang digunakan yaitu:

$$\text{DER} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Modal}}$$

Debt Equity Ratio (DER) yaitu rasio ini menunjukkan persentase penyediaan dana oleh peminjam (kreditor) terhadap pemberi pinjaman. Dengan kata lain, rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan hutang. Semakin rendah pendanaan perusahaan yang disediakan oleh peminjam, maka akan

semakin kecil risiko yang ditanggung atas kegagalan yang mungkin terjadi diperusahaan. Rasio ini memberikan petunjuk umum tentang kelayakan dan risiko keuangan perusahaan

2.2.7 Pengertian CSR

The World Business Council for Sustainable Development mendefinisikan CSR adalah komitmen bisnis untuk secara terus menerus berperilaku etis dan berkontribusi dalam pembangunan ekonomi serta meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, masyarakat lokal serta masyarakat luas pada umumnya. Dalam penelitian ini pengungkapan CSR diungkapkan dalam laporan keberlanjutan (*Sustainability Report* dengan menggunakan indikator dari *Global Reporting Initiative* (GRI) versi 4.1. Menurut Rifqiyah (2016), *corporate social responsibility* merupakan suatu komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang *going concern* dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Menurut Rudito dan Famiola (2013) *corporate social responsibility* pada dasarnya adalah sebuah kebutuhan bagi korporat untuk dapat berinteraksi dengan komunitas lokal sebagai bentuk masyarakat secara keseluruhan. Kebutuhan korporat untuk beradaptasi dan guna mendapatkan keuntungan sosial dari hubungannya dengan

komunitas lokal, sebuah keuntungan sosial berupa kepercayaan (*trust*.)

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Sembiring dalam Hastuti 2014). Sedangkan menurut Dewi (2015), *corporate social responsibility* merupakan suatu konsep akuntansi yang dapat membawa perusahaan agar melaksanakan tanggung jawabnya terhadap lingkungan dan masyarakat. CSR timbul sebagai akibat dari keberadaan perusahaan-perusahaan yang aktivitasnya selain member banyak manfaat tetapi menimbulkan banyak dampak negatif. Dampak negatif tersebut terutama dirasakan oleh masyarakat sekitar yang berada dekat dengan perusahaan.

Pada era globalisasi ini, terdapat kecenderungan publik di dalam menuntut transparansi dan akuntabilitas perusahaan sebagai wujud implementasi *good corporate governance*. Implementasi *good corporate governance* tersebut dapat dilaksanakan salah satunya yaitu melalui pelaksanaan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan.

Keberhasilan melaksanakan *corporate social responsibility* akan menghasilkan siklus positif pada *outside stakeholders*, tatanan efektivitas produk atau jasa sehingga akan diperoleh kinerja berlanjut. Tanggung jawab perusahaan meliputi tanggung jawab bisnis, tanggung jawab pemerintah, perbankan, pemegang saham, dan kepada masyarakat dalam kaitannya dengan kepentingan publik.

Berbagai perspektif teori digunakan untuk menjelaskan praktik tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut Chariri dan Ghozali (2007), terdapat beberapa teori yang melandasi pengungkapan tanggung jawab sosial per-usahaan, yaitu (1) *Political Economy Theory*. Teori ini mempertimbangkan “kerangka politik, sosial dan institusional dimana kegiatan ekonomi tersebut dijalankan”. *PET* mengakui bahwa pemakaian pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan berfungsi sebagai alat strategis dalam mencapai tujuan perusahaan dan dalam mempengaruhi sikap *stakeholders*; (2) *Stakeholder Theory*. *Stakeholder theory* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi para *stakeholder* (pemegang saham, kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, dan pihak lain). Dengan demikian, maka keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut; (3) *Legitimacy Theory*. Teori legitimasi memberikan alasan yang logis tentang legitimasi organisasi dimana pengaruh masyarakat luas dapat menentukan alokasi sumber keuangan dan sumber ekonomi lainnya. Perusahaan cenderung menggunakan kinerja berbasis lingkungan dan pengungkapan informasi lingkungan untuk membenarkan atau melegitimasi aktivitas perusahaan di mata masyarakat.

Konsep *triple bottom line*/Konsep CSR merupakan konsep pengukuran kinerja perusahaan dengan memasukan tak hanya ukuran kinerja

ekonomis berupa perolehan *profit*, tapi juga ukuran kepedulian sosial dan pelestarian lingkungan. Selain mengejar keuntungan (*profit*) perusahaan juga harus berperan dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*). Konsep ini bisa disebut konsep 3BL (*triple bottom line*) atau 3P (*profit, people, planet*).

CSR adalah suatu kegiatan yang dilakukan perusahaan sebagai wujud tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar atas aktivitas bisnis yang telah dilakukan dan hal tersebut memberikan manfaat serta pembangunan berkelanjutan bagi pihak yang menerimanya. CSR menjadikan perusahaan tidak lagi berpatokan pada *single bottom line*, tetapi *triple bottom lines*. Konsep *triple bottom lines* menjelaskan bahwa CSR memiliki tiga elemen penting, yakni

- a. perusahaan bertanggung jawab terhadap *profit* untuk meningkatkan pendapatan perusahaan;
- b. perusahaan bertanggung jawab terhadap *people* untuk memberikan kesejahteraan bagi masyarakat dan karyawan;
- c. perusahaan bertanggung jawab terhadap *planet* untuk menjaga kelestarian alam tempat perusahaan beroperasi.

Konsep pelaksanaan CSR memiliki empat komponen penting, yaitu (Kartini 2009, diacu dalam Linarta, 2014): *Economic responsibilities* *Legal responsibilities* *Ethical responsibilities* *Discretionary responsibility*

1.2.8 Dasar Hukum CSR

Dasar hukum CSR tertuang dalam UU Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 pasal 74 yang menyatakan

- a. perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan;
- b. tanggung jawab sosial dan lingkungan, sebagaimana dimaksud pada ayat (a), merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran;
- c. perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban, sebagaimana dimaksud pada ayat (a), dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan; ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

1.2.9 Pengungkapan CSR

Pengungkapan berarti tidak menyembunyikan atau menutupi sesuatu. Pengungkapan mengandung arti bahwa laporan keuangan harus memberikan informasi dan penjelasan yang cukup mengenai hasil aktivitas suatu unit usaha (Chairi dan Ghozali, 2007).

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

responsibility disclosure, yaitu proses mengomunikasikan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi perusahaan terhadap kelompok yang berkepentingan (Sembiring, 2006, diacu dalam Purwanto, 2011). Pengungkapan CSR termasuk *mandatory disclosure* karena telah diatur dalam perundangan, yakni Undang- Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Peraturan Bapepam No. VIII G.2 mengenai *annual report* yang bertujuan melindungi pemilik modal dari asimetri informasi. Terdapat beberapa alasan mengapa perusahaan melakukan pengungkapan CSR, yaitu

- a. untuk menarik dana investasi,
- b. atas pertimbangan *economic rationality*, yaitu pengungkapan CSR dapat memberi keuntungan bisnis,
- c. untuk mematuhi persyaratan industri tertentu,
- d. untuk memenuhi atau menyesuaikan ekspektasi masyarakat,
- e. untuk mematuhi persyaratan peminjaman, dan sebagai konsekuensi dari ancaman terhadap legitimasi perusahaan,

Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam pengungkapan CSR. Chresma (2009, diacu dalam Puspitasari, 2012) mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan sosial perusahaan sebagai berikut:

- a. lingkungan, yang meliputi pengendalian polusi, pencegahan kerusakan lingkungan, konservasi alam, dan lain-lain;

- b. energi, yang meliputi efisiensi energi, konservasi energi, dan lain-lain;
- c. sumber daya manusia, yang meliputi aktivitas perusahaan yang berkaitan dengan pendidikan, seni, kesehatan, dan lain-lain;
- d. produk, yang meliputi keamanan, pengurangan polusi, dan lain-lain.

Terdapat beberapa standar yang digunakan dalam mengukur pengungkapan CSR, salah satunya adalah standar yang ditetapkan oleh Global Reporting Initiative Generation (GRI). Rumus perhitungan CSRI adalah sebagai berikut:

$$CSRI = \frac{\sum(Ki + KLi + KSi)}{\sum Indeks GRI}$$

\sum Indeks GRI adalah jumlah item pengungkapan CSR menurut GRI

$\sum (Ki + KLi + KSi)$ = jumlah item CSR yang diungkapkan oleh perusahaan

Ki = Indikator kinerja ekonomi yang diungkapkan

KLi = Indikator kinerja lingkungan yang diungkapkan

KSi = Indikator kinerja sosial yang diungkapkan

Standar GRI dipilih karena lebih memfokuskan pada standar pengungkapan berbagai kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas, dan pemanfaatan *sustainability reporting*. Dalam standar GRI-G4 (2013) indikator kinerja dibagi menjadi 3 komponen utama, yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial dengan total kinerja indikator mencapai 91 indikator. Penjelasan dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 2.2
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 program imbalan pasti
	EC4	Bantuan financial yang diterima dari pemerintah
-Keberadaan Pasar	EC5	Rasio upah standar pegawai pemula (entry level) menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi-lokasi operasional yang signifikan
	EC6	Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat local di lokasi operasi yang signifikan
-Dampak Ekonomi Tidak Langsung	EC7	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan
	EC8	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak
-Praktek Pengadaan	EC9	Perbandingan dari pembelian pemasok lokal di operasional yang signifikan
KATEGORI LINGKUNGAN		
-Bahan	EN1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat atau volume
	EN2	Persentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan input daur ulang
-Energi	EN3	Konsumsi energi dalam organisasi
	EN4	Konsumsi energi diluar organisasi
	EN5	Intensitas Energi
	EN6	Pengurangan konsumsi energi

Lanjutan Tabel 2.2

91 Indikator Berdasarkan GRI-G4

-Air	EN7	Konsumsi energi diluar organisasi
	EN8	Total pengambilan air berdasarkan sumber
	EN9	Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air
	EN10	Persentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali
-Keanekaragaman Hayati	EN11	Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola didalam, atau yang berdekatan dengan, kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung
	EN12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung
	EN13	Habitat yang dilindungi dan dipulihkan
	EN14	Jumlah total spesies dalam iucn red list dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat di tempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat risiko kepunahan
-Emisi	EN15	Emisi gas rumah kaca (GRK) langsung (Cakupan 1)
	EN16	Emisi gas rumah kaca (GRK) energi tidak langsung (Cakupan 2)
	EN17	Emisi gas rumah kaca (GRK) tidak langsung lainnya (Cakupan 3)
	EN18	Intensitas emisi gas rumah kaca (GRK)

Lanjutan Tabel 2.2

91 Indikator Berdasarkan GRI-G4

	EN19	Pengurangan emisi gas rumah kaca (GRK)
	EN20	Emisi bahan perusak 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 limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
	EN24	Jumlah dan volume total tumpahan signifikan
	EN25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi Basel2 Lampiran I, II, III, dan VIII yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah, dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional
	EN26	Identitas, ukuran, status lindung, dan nilai keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang secara signifikan terkena dampak dari pembuangan dan air limpasan dari organisasi
-Produk dan Jasa	EN27	Tingkat mitigasi dampak terhadap dampak lingkungan produk dan jasa
	EN28	Persentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasi menurut kategori
-Kepatuhan	EN29	Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan lingkungan
-Transportasi	EN30	Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi, dan pengangkutan tenaga kerja
-Lain-lain	EN31	Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis

Lanjutan Tabel 2.2

91 Indikator Berdasarkan GRI-G4

-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
KARAKTER SOSIAL		
SUB-KATEGORI: PRAKTEK KETENAGAKERJAAN 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 purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan
	LA3	Tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan, menurut gender
-Hubungan Industrial	LA4	Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama
-Kesehatan dan Keselamatan Kerja VV	LA5	Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen-pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja
	LA6	Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang, dan kemangkiran, serta jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan gender

Lanjutan Tabel 2.2

91 Indikator Berdasarkan GRI-G4

	LA7	Pekerja yang sering terkena atau berisiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka
	LA8	Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja
-Pelatihan dan Pendidikan	LA9	Jam pelatihan rata-rata per tahun per karyawan menurut gender, dan menurut kategori karyawan
	LA10	Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberkelanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti
	LA11	Persentase karyawan yang menerima review kinerja dan pengembangan karier secara reguler, menurut gender dan kategori karyawan
-Keberagaman dan Kesetaraan Peluang	LA12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya
-Kesetaraan Remunerasi 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	LA14	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan
Ketenagakerjaan	LA15	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
	LA16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang di ajukan, di tangani, dan di selesaikan melalui pengaduan resmi.

Lanjutan Tabel 2.2

91 Indikator Berdasarkan GRI-G4

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 atau prosedur hak asasi manusia terkait dengan Aspek hak asasi manusia yang relevan dengan operasi, termasuk persentase karyawan yang dilatih
-Non-Diskriminasi	HR3	Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan korektif yang diambil
-Kebebasan Berserikat dan Perjanjian Kerja Bersama	HR4	Operasi pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau berisiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut
-Pekerja Anak	HR5	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerja anak yang efektif
-Pekerja Paksa Atau Wajib Kerja	HR6	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko 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

Lanjutan Tabel 2.2

91 Indikator Berdasarkan GRI-G4

-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 reviu 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 mekanisme pengaduan formal
SUB-KATEGORI: MASYARAKAT		
-Masyarakat Lokal	SO1	Persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan
	SO2	Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal
	SO3	Jumlah total dan persentase operasi yang dinilai terhadap risiko terkait dengan korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi
	SO4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti-korupsi
	SO5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil
	SO6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima/penerima manfaat

Lanjutan Tabel 2.2
91 Indikator Berdasarkan GRI-G4

-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 negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
-Mekanisme Pengaduan Dampak Terhadap Masyarakat	SO11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
SUB-KATEGORI: TANGGUNGJAWAB 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, serta persentase kategori produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan informasi sejenis

Lanjutan Tabel 2.2

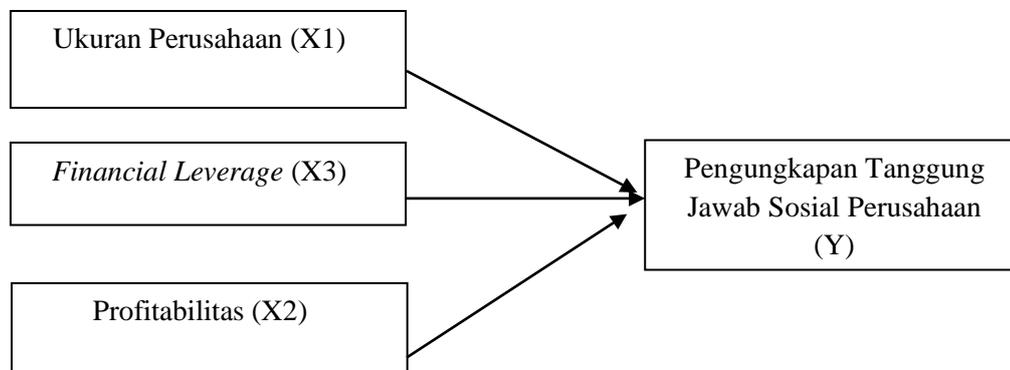
91 Indikator Berdasarkan GRI-G4

	PR4	Jumlah total Insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, menurut jenis hasil
	PR5	Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan
-Komunikasi Pemasaran	PR6	Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan
	PR7	Jumlah total Insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, 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. (Data Diolah)

1.3 Kerangka Konseptual

Rerangka berfikir dalam penelitian ini bermula dari variabel Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial perusahaan yang dipengaruhi dengan berbagai indikator Berdasarkan landasan teori yang diuraikan serta penelitian terdahulu yang menguji faktor – faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

1.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

- H₁: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
- H₂: Profitabilitas perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
- H₃: *Leverage* perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.