

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil-hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggungjawab Sosial pada Perusahaan *High Profile* yang terdaftar Bursa Efek Indonesia ini merupakan rujukan dari beberapa penelitian sebelumnya yang dapat dilihat pada table berikut ini :

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu

Penelitian (tahun penelitian)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Sembiring, 2005.	Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan yang Tercatat Di Bursa Efek Jakarta	Variabel dependen : CSR Variabel Independen: Size Profitabilitas Profile Ukuran Dewan Komisaris:	Analisis regresi linier berganda	Penelitian ini menemukan bahwa size perusahaan, profile dan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Disisi lain, penelitian ini tidak berhasil mendukung teori legitimasi dalam pengaruh negatif profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Untuk pengaruh negatif tingkat leverage terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial juga penelitian ini tidak berhasil mendukung teori agensi. Akan tetapi, dilihat dari

				<p>karakteristik data, hal ini mungkin sesuai dengan Kokubu et.al., (2001), yang mengaitkan hal ini dengan hubungan yang baik antara perusahaan dengan debtholders, walaupun mempunyai suatu derajat ketergantungan yang tinggi pada hutang.</p>
Penelitian (tahun penelitian)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
<p>Anggraini, (2006)</p>	<p>Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta)</p>	<p>Variabel Independen : kepemilikan manajemen, leverage, ukuran perusahaan, tipe industri, profitabilitas Variabel Dependen : CSR disclosure</p>	<p>Analisis regresi berganda</p>	<p>Terdapat lima faktor yang dapat dipertimbangkan oleh perusahaan untuk mengungkap akuntansi CSR, yaitu faktor kepemilikan manajemen, hutang, ukuran dan tipe perusahaan, dan profitabilitas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hampir semua perusahaan mengungkapkan kinerja ekonomi karena sudah ditetapkan dalam PSAK 57. Kepemilikan manajemen dan tipe industri menjadi bahan pertimbangan untuk mengungkapkan CSR.</p>

Penelitian (tahun penelitian)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Pian Mahatma, 2010.	Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Regulasi Pemerintah Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Laporan Tahunan Di Indonesia	Variabel Dependen: CSR Variabel Independen: Kepemilikan saham pemerintah, Kepemilikan saham asing, Tipe industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage.	Analisis regresi linear berganda.	Faktor kepemilikan saham pemerintah berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil ini memberikan arti bahwa pemerintah mengawasi dan memperhatikan kinerja perusahaan. Kinerja ini tercermin dalam laporan tahunan perusahaan, termasuk didalamnya pelaporan aktivitas/tanggung jawab sosial perusahaan. Faktor kepemilikan saham asing tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Faktor regulasi pemerintah berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Faktor tipe industri berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Faktor ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial

				perusahaan. Faktor profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
Penelitian (tahun penelitian)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Almilia, Dewi, Hartono 2011	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Dan Dampaknya Terhadap Kinerja Keuangan dan Ukuran Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011)	Variabel dependen : CSR Variabel independen : Kinerja keuangan dan ukuran perusahaan, Variabel Kontrol : Size perusahaan	Analisis regresi logistik	Hasil pengujian dengan regresi logistik terhadap variabel kinerja keuangan yang diukur dengan rasio ROA berpengaruh positif terhadap pengungkapan pertanggungjawabab sosial perusahaan. Hasil pengujian dengan regresi logistik terhadap variabel kinerja keuangan yang diukur dengan rasio ROE berpengaruh negetif terhadap pungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan, ini berarti bahwa rasio ROE tidak berpengaruh terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan. Pengujian regresi logistik terhadap variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan. jika nilai size perusahaan meningkat maka akan berdampak pada kenaikan pengungkapan

				sukarela yang dilakukan oleh perusahaan.
Penelitian (tahun penelitian)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Wijaya M, 2012.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	Variabel Dependen: CSR Variabel Independen: Ukuran Dewan Komisaris, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Kinerja Lingkungan.	Analisis regresi berganda	Ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Penyebabnya karena dewan komisaris menggunakan laba perusahaan untuk aktivitas operasional yang lebih menguntungkan daripada melakukan aktivitas sosial. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dengan arah positif. Profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab. Kinerja Lingkungan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Penelitian (tahun penelitian)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Diba, 2012	Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Regulasi Pemerintah Terhadap Pengungkapan Laporan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Laporan Tahunan Di Indonesia	Variabel Dependen: CSR Variabel Independen: Kepemilikan saham pemerintah, Kepemilikan saham asing, Tipe industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Regulasi Pemerintah	Analisis regresi linear berganda.	Faktor kepemilikan saham pemerintah berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Faktor kepemilikan saham asing berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Faktor regulasi pemerintah berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Faktor tipe industri berpengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Faktor ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Faktor profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Penelitian (tahun penelitian)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Kristi, 2013	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Publik Di Indonesia	Variabel independen: Value relevance, Accounting Information, Number of subsidiaries, instutional ownership, managerial ownership, public ownership Variabel dependen: CSR	<i>Multiple Regresion</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> . Ukuran perusahaan, <i>media exposure</i> memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> . Variabel profitabilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> . Variabel kepemilikan saham oleh publik dan kepemilikan saham oleh institusi sebagai variabel kontrol dalam penelitian ini tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> .
Penelitian (tahun penelitian)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Karina dan Yuyetta, 2013	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan CSR	Variabel Independen: government owneship, foreign ownership, company size, profitabilityaand leverage.	<i>Regresi berganda</i>	1. Faktor kepemilikan saham pemerintah berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. 2. Faktor kepemilikan saham asing tidak

		Variabel dependen: Corporate Social Responsibility		berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. 3. Faktor tipe industri tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. 4. Faktor ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. 5. Faktor profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
Penelitian (tahun penelitian)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Nasir, Kurnia dan Hakri, 2013	Pengaruh Kepemilikan Manajerial, leverage, profitabilitas, ukuran dan umur perusahaan terhadap Pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan pada perusahaan food and beverage yang terdaftar di BEI	Variabel dependen: CSR Variabel independen: <i>Managerial ownership, leverage, profitability, size, firm age</i>		Kepemilikan manajerial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan. <i>Leverage</i> berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan. Profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan.

				Ukuran persusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan. Umur persusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan.
Penelitian (tahun penelitian)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Saputro dan Raharja, 2014	Pengaruh Profitabilitas, Umur Perusahaan, Tipe Perusahaan dan Kepemilikan Manajemen Terhadap Pengungkapan Sosial Berdasar ISO 26000 (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan dan Keuangan yang Terdaftar di BEI 2011-2012)	Variabel dependen: pengungkapan kinerja sosial berdasarkan ISO 26000 Variabel Independen: Profitabilitas, umur perusahaan, tipe perusahaan, kepemilikan manajer	Analisis regresi linear berganda.	Hasil penelitian ini juga menunjukkan beberapa faktor yang mempengaruhi pengungkapan kinerja perusahaan berdasar ISO 26000. Dari 4 faktor yang diteliti (Profitabilitas, umur perusahaan, tipe perusahaan dan kepemilikan manajemen), hanya umur perusahaan yang berpengaruh terhadap pengungkapan kinerja sosial perusahaan berdasar ISO 26000.

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1. Landasan Teori

2.2.1.1 Teori *Stakeholder*

Teori *stakeholder* dimulai dengan asumsi bahwa nilai (*value*) secara eksplisit merupakan bagian dari kegiatan usaha. Perusahaan memerlukan teori *stakeholder* untuk melanjutkan eksistensinya. Friedman mendefinisikan *stakeholder* sebagai berikut:

“*any group or individual who can affect or is affected by the achievement of organization’s objectives.*”

Biset secara singkat mendefinisikan *stakeholders* adalah orang dengan suatu kepentingan atau perhatian pada permasalahan tertentu. Sedangkan Grimble dan Wellard melihat *stakeholders* dari segi posisi penting dan pengaruh yang mereka miliki. Dari definisi tersebut dapat dijelaskan bahwa *stakeholders* yakni keterikatan yang didasari oleh kepentingan berbagai pihak. Selama ini konsep tanggungjawab sosial perusahaan secara umum diyakini sebagai konsep yang bersifat *voluntary*, sehingga regulasi yang dikeluarkan pemerintah tidak bersifat faktisitas. Sedangkan kalau dilihat dari konsep serta dampak yang dirasakan berdasarkan berbagai penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang mengimplementasikan tanggungjawab sosialnya justru mendapatkan keuntungan yang bersifat jangka panjang, karna telah mendapat tempat ditengah-tengah *stakeholder*-nya.

Salah seorang tokoh *stakeholders theory* yaitu Kenneth Andrews menyatakan bahwa eksekutif perusahaan sekarang ini termasuk orang yang

tidak dapat membatasi dirinya hanya untuk menjalankan aktivitas ekonomi dan mengabaikan aspek sosial. Seorang manajer dan perusahaan tidak bisa lepas dari berbagai masalah sosial di lingkungannya. Oleh karena itu, para manajer harus menyadari bahwa suatu perusahaan adalah sebuah institusi publik dan manajemen yang dijalankan harus menurut pedoman nilai moral yang terkandung dalam kesadaran perusahaan itu sendiri.

Selanjutnya Kenneth Andrews menegaskan paradigma *stakeholders* terhadap pengelolaan perusahaan tidak terlepas dari tiga aspek, yaitu:

- a) *Self interest*, yakni secara personal akan memberikan stimulus kepada para eksekutif perusahaan yang akan mengarahkan sumberdaya bisnis untuk mengatasi masalah sosial.
- b) Moralitas, yakni nilai etika yang mengatur aktivitas kegiatan perusahaan.
- c) Refikasi perusahaan, yakni nilai moral yang diyakini oleh perusahaan.

Diharapkan melalui *stakeholders theory* ini, pihak manajemen perusahaan akan memasukkan nilai-nilai moralitas dalam setiap perencanaan dan pengambilan keputusan yang berkaitan dengan aktivitas usahanya.

2.2.1.2. Teori Legitimasi

Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat (Ghozali dan Chariri, 2007). Legitimasi adalah suatu kondisi di mana sistem nilai sebuah entitas sama dengan sistem nilai dari

sistem sosial masyarakat di mana suatu entitas menjadi bagian dari masyarakat Ghozali dan Chariri (2007). Lahirnya teori legitimasi dilandasi adanya kontrak sosial antara masyarakat dan perusahaan dalam menggunakan sumber ekonomi. Perwujudan legitimasi dalam dunia bisnis dapat berupa pelaporan aktivitas sosial yang berupa CSR. Salah satu harapan perusahaan dalam pelaksanaan CSR adalah memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang. Ghozali dan Chariri (2007) Teori legitimasi memfokuskan pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat.

Dowling dan Prefer (1975, p.122) dalam Ghozali dan Chariri (2007) memberikan alasan yang logis tentang legitimasi organisasi sebagai berikut:

”Organisasi berusaha menciptakan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang melekat pada kegiatannya dengan norma-norma perilaku yang ada dalam sistem sosial masyarakat dimana organisasi adalah bagian dari sistem tersebut. Selama kedua sistem nilai tersebut selaras, kita dapat melihat hal tersebut sebagai legitimasi perusahaan. Ketika ketidakselarasan aktual dan potensial terjadi diantara kedua sistem tersebut, maka ada ancaman terhadap legitimasi perusahaan.”

2.2.1.3 Teori Keagenan

Hubungan keagenan adalah sebuah kontrak antara *principal* dan *agen*. Inti dari hubungan keagenan adalah adanya pemisahan antara kepemilikan (pihak *principal*/pemegang saham) dan pengendalian (pihak *agent*/manajer). Pemegang saham memiliki harapan bahwa manajer akan menghasilkan *return* dari uang yang

mereka investasikan. Di dalam hubungan keagenan terdapat suatu kontrak dimana satu orang atau lebih (*principal*) memerintah orang lain (agen) untuk melakukan suatu jasa atas nama prinsipal dan memberi wewenang kepada agen untuk membuat keputusan yang terbaik bagi prinsipal.

Nasir dkk (2013) berpendapat bahwa semakin tinggi tingkat leverage suatu perusahaan, maka perusahaan akan mengurangi pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial.

2.2.1.3 Teori Sustainability Korporasi (*Corporate Sustainability Theory*)

Menurut teori ini, agar bisa hidup dan tumbuh secara berkelanjutan korporasi harus mengintegrasikan tujuan bisnis dengan tujuan sosial dan ekologis secara utuh. Pembangunan bisnis harus berlandaskan pada tiga pilar utama yaitu ekonom, sosial, dan lingkungan secara terpadu, sehingga tidak mengorbankan kepentingan generasi-generasi berikutnya untuk hidup dan memenuhi kebutuhannya. Dalam perspektif teori *corporate sustainability*, masyarakat dan lingkungan adalah pilar dasar dan utama yang menentukan keberhasilan bisnis suatu perusahaan sehingga harus selalu diproteksi dan diberdayakan. Beberapa orang berpendapat bahwa dampak-dampak yang memperkecil risiko sudah memberikan hasil yang lebih dari cukup untuk mengompensasi pengeluaran-pengeluaran yang timbul akibat kesadaran sosial:

“Diantara perusahaan-perusahaan yang saling berkompetisi dalam pasar modal, perusahaan yang dianggap memiliki ekspektasi laba tertinggi dimasa depan dan mengombinasikannya dengan ekspektasi risiko terendah yang berhubungan dengan lingkungan hidup dan faktor-faktor lain akan

menjadi perusahaan yang paling berhasil dalam menarik dana jangka panjang”

2.2.1.4 Teori Akuntabilitas Korporasi (*Corporate Accountability Theory*)

Menurut teori ini, perusahaan harus bertanggung jawab atas semua konsekuensi yang ditimbulkan baik sengaja maupun tidak sengaja kepada para pemangku kepentingan (*stakeholder*). Secara teori tersebut menyatakan CSR tidak hanya sekedar aktivitas kedermawanan (*charity*) atau aktivitas saling mengasihi (*stewardship*) yang bersifat sukarela kepada sesama seperti yang dipahami para pebisnis selama ini, tetapi juga harus dipahami sebagai suatu kewajiban asasi yang melekat dan menjadi “roh kehidupan” dalam sistem serta praktik bisnis. Alasannya, CSR merupakan konsekuensi logis dari adanya hak asasi yang diberikan Negara kepada perusahaan untuk hidup dan berkembang dalam suatu area lingkungan. Jika tidak ada keselarasan antara hak dan kewajiban asasi perusahaan, dalam area tersebut akan hidup dua pihak yaitu, gainers (perusahaan) dan losers yaitu masyarakat (Dellaportas,dkk,2005) dalam Andreas Lako (2011).

2.2.2. Konsep Tanggungjawab Sosial (*Corporate Social Responsibility*)

2.2.2.1 Definisi Tanggungjawab Sosial (*Corporate Social Responsibility*)

Social responsibility. Merupakan tanggungjawab yang harus dijalankan perusahaan, menurut Kotler dan Lee (2005) merumuskan CSR sebagai berikut:

“corporate social responsibility is a commitment to improve community well being through discretionary business practices and contribution of corporate resources”

Dalam definisi tersebut Kotles dan Lee memberikan penekanan pada kata *discretionary* yang berarti kegiatan CSR semata-mata merupakan komitmen perusahaan secara sukarela untuk turut meningkatkan kesejahteraan komunitas dan bukan merupakan aktivitas bisnis yang diwajibkan oleh hukum dan perundang-undangan. Sedangkan Bowen merumuskan tanggungjawab sosial sebagai berikut:

“it refers to obligation of businessmen to pursue those policies, to make those decisions or to follow those lines of action which are desirable in terms of the objectives and values of our society”

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) in Fox, *et al* (2002) yang dikutip Idris (2005) pada FAJAR Online, menyatakan:

“Tanggung jawab sosial perusahaan adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan, dan masyarakat setempat **dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan.**”

Sedangkan Worl Bank yang merupakan lembaga keuangan global mendefinisikan CSR sebagai berikut:

“the commitment of business to contribute to sustainable economic development working with employees and their representatives the local community and society at large to improve quality of life, in ways that are both good for business and good for development”.

Bila dikritisi rumusan CSR menurut WBSCD dan *World Bank* sama-sama menekankan CSR sebagai komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja sama dengan karyawan, keluarga karyawan dan masyarakat setempat dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan. Menurut Mu'man Nuryana, CSR adalah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan pemangku keputusan berdasarkan prinsip kesukarelawan dan kemitraan. Sedangkan Azheri sendiri dalam bukunya merumuskan pengertian CSR adalah sebagai komitmen perusahaan untuk melaksanakan kewajiban yang didasarkan atas keputusan untuk mengambil kebijakan dan tindakan dengan memerhatikan kepentingan para *stakeholders* dan lingkungan di mana perusahaan melakukan aktivitasnya yang berlandaskan pada ketentuan hukum berlaku.

Draf 3 ISO 26000, 2010 *guidance on social responsibility*, mendefinisikan CSR sebagai tanggung jawab dari suatu organisasi untuk dampak–dampak dari keputusan-keputusan dan aktivitas di masyarakat dan lingkungan melalui transparansi dan perilaku etis yang konsisten dengan perkembangan berkelanjutan dan kesejahteraan dari masyarakat; pertimbangkan harapan *stakeholders*; sesuai dengan ketentuan hukum yang bisa diterapkan dan norma-norma internasional yang konsisten dari perilaku; dan terintegrasi sepanjang organisasi.

Dalam Alquran telah dijelaskan dengan pasti mengenai perintah untuk melakukan pertanggungjawaban sosial serta lingkungan. Adapun penjelasan tersebut terdapat dalam Al Quran surat Al Qashash 77 dan Ar Rum 41:

وَأَتَّبِعْ فِي مَآءِ آتَنَّاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۖ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا ۗ

وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۖ وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا

يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ﴿٧٧﴾

77. dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.

ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ لِيُذِيقَهُمْ بَعْضَ الَّذِي

عَمِلُوا لَعَلَّهُمْ يَرْجِعُونَ ﴿٤١﴾

41. telah nampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan karena perbuatan tangan manusia, supaya Allah merasakan kepada mereka sebahagian dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar).

2.2.2.2 Pengungkapan CSR dalam Laporan Tahunan

Terdapat banyak pendapat yang menyatakan bahwa perusahaan akan mengungkapkan semua informasi yang dibutuhkan untuk membuat pasar modal berfungsi secara optimal. Pendukung pandangan ini menunjukkan bahwa jika informasi tidak relevan bagi investor atau tersedia bagi mereka di tempat lain. Keputusan mengenai tingkatan pengungkapan yang tepat didasarkan pada peningkatan kesejahteraan sosial yang akan dihasilkan oleh setiap penambahan pengungkapan. (Hendriksen dan Breda 2002:436)

Secara konseptual, pengungkapan merupakan bagian integral dari pelaporan keuangan. Secara teknis, pengungkapan merupakan langkah akhir dalam proses akuntansi. Evans (2003) dalam Suwardjono (2008;) mengartikan pengungkapan sebagai berikut:

“Disclosure means supplying information in the financial statements themselves, the notes to the statements, and the supplementary disclosure associated with the statements. It does not extend to public or private statements by made management or information provided outside the financial statement”

Evans (2003) juga menyatakan bahwa pernyataan manajemen dalam surat kabar atau media masa lain serta informasi di luar ruang lingkup pelaporan keuangan tidak termasuk dalam pengertian pengungkapan. Pengungkapan dapat diartikan sebagai pengeluaran informasi yang disajikan dalam laporan keuangan. Berdasarkan uraian keterangan diatas pengungkapan mengandung arti bahwa laporan keuangan harus memberikan informasi dan penjelasan yang cukup

tentang hasil aktifitas suatu perusahaan dengan demikian informasi yang disajikan seharusnya dapat memberikan gambaran tentang kejadian-kejadian ekonomi yang mempengaruhi kegiatan operasi perusahaan tersebut. Hal ini dikarenakan beberapa pengguna laporan keuangan biasanya memerlukan informasi tambahan yang tidak tercakup dalam laporan keuangan sementara informasi yang tepat dan tidak menyesatkan terdapat pada laporan keuangan yang dilengkapi dengan pengungkapan informasi yang memadai. Berdasarkan hal tersebut perusahaan publik diwajibkan membuat laporan tahunan sebagai sarana pertanggungjawaban. (Suwardjono, 2008;)

Laporan tahunan merupakan laporan yang diterbitkan oleh pihak manajemen perusahaan setiap tahun yang menyajikan baik informasi keuangan maupun non keuangan yang mana hal tersebut berguna bagi para pemegang saham untuk menganalisis kondisi perusahaan pada periode tersebut. Laporan keuangan yang diungkapkan dalam laporan tahunan terdiri dari neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas, laporan arus kas dan catatan atas laporan keuangan.

Sebagaimana dinyatakan oleh Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK)

No.1 paragraf duabelas:

“Entitas dapat pula menyajikan, terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting.

Laporan tambahan tersebut di luar ruang lingkup Standar Akuntansi Keuangan”.

Dalam Alquran telah dijelaskan dengan pasti mengenai perintah untuk melakukan penulisan secara benar atas segala transaksi yang pernah terjadi selama melakukan muamalah. Adapun penjelasan tersebut terdapat dalam Al Quran surat Al baqarah ayat 282:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ
وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْب كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ
اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيَمْلِكِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ
شَيْئًا فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمِلَّ
هُوَ فَلْيَمْلِكْ وَلِيَّهُ بِالْعَدْلِ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِدَيْنِ مِنْ رِجَالِكُمْ فَإِنْ لَمْ
يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتَانِ مِمَّن تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ
إِحْدَاهُمَا فَتُذَكِّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَىٰ وَلَا يَأْب الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا
وَلَا تَسْمَعُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلِهِ ذَٰلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ
اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا ۗ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً حَاضِرَةً

تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا ^ق وَأَشْهَدُوا إِذَا

تَبَايَعْتُمْ ^ج وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ ^ح وَإِنْ تَفَعَّلُوا فَإِنَّهُ ^د فَسُوقٌ بِكُمْ ^ق

وَاتَّقُوا اللَّهَ ^ط وَيَعْلَمُكُمْ اللَّهُ ^ق وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ^ق

“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah [179] tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, meka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya. jika yang berhutang itu orang yang lemah akalnya atau lemah (keadaannya) atau Dia sendiri tidak mampu mengimlakkan, Maka hendaklah walinya mengimlakkan dengan jujur. dan persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang-orang lelaki (di antaramu). jika tak ada dua oang lelaki, Maka (boleh) seorang lelaki dan dua orang perempuan dari saksi-saksi yang kamu ridhai, supaya jika seorang lupa Maka yang seorang mengingatkannya. janganlah saksi-saksi itu enggan (memberi keterangan) apabila mereka dipanggil; dan janganlah kamu jemu menulis hutang itu, baik kecil maupun besar sampai batas waktu membayarnya. yang

demikian itu, lebih adil di sisi Allah dan lebih menguatkan persaksian dan lebih dekat kepada tidak (menimbulkan) keraguanmu. (Tulislah mu'amalahmu itu), kecuali jika mu'amalah itu perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, Maka tidak ada dosa bagi kamu, (jika) kamu tidak menulisnya. dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli; dan janganlah penulis dan saksi saling sulit menyulitkan. jika kamu lakukan (yang demikian), Maka Sesungguhnya hal itu adalah suatu kefasikan pada dirimu. dan bertakwalah kepada Allah; Allah mengajarmu; dan Allah Maha mengetahui segala sesuatu.

Sementara penjelasan mengenai penyajian laporan keuangan yang sesuai dengan Al Quran adalah dengan menyempurnakan pengukuran dalam bentuk pos-pos yang terdapat dalam laporan keuangan, sebagaimana penjelasan yang terdapat dalam Al Quran surat Al-Israa' ayat 35 yang berarti:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كَلَّمْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ

تَأْوِيلًا ﴿٣٥﴾

“Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.”

Selain itu laporan keuangan yang disusun hendaknya meliputi kualifikasi informasi sebagai berikut:

- 1) Mengungkapkan kebenaran dari suatu informasi

Sebagai suatu proses pencatatan yang akan menyajikan informasi keuangan, akuntansi harus dapat mengungkapkan kebenaran sesuai bukti yang sah baik secara akuntansi maupun Islam. Dalam Al Quran surat Al Baqarah ayat 42 Allah SWT berfirman:

وَلَا تَلْبِسُوا الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ وَتَكْتُمُوا الْحَقَّ وَأَنْتُمْ تَعْمُونَ ﴿٤٢﴾

“Dan janganlah kamu campur adukkan yang hak dengan yang bathil dan janganlah kamu sembunyikan yang hak itu, sedang kamu mengetahui”.

2) Informasi yang disajikan harus mengandung keadilan

Informasi yang disediakan melalui proses akuntansi harus dapat mengungkapkan kenyataan secara adil. Artinya akuntansi tidak diperbolehkan mempunyai kepentingan-kepentingan tertentu yang menguntungkan pihak pembuat laporan tanpa berpedoman pada prinsip-prinsip akuntansi yang diterima secara umum. Oleh karena itu sikap independensi sangat diperlukan dalam penyajian informasi. Sehubungan dengan hal tersebut Allah SWT berfirman dalam Al Quran surat An Nahl ayat 90:

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ

عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۚ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿٩٠﴾

“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) Berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang

dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran”.

Penyajian secara lengkap salah satu kualitas informasi yang disyaratkan dalam pengambilan keputusan adalah tentang kelengkapan informasi tersebut. Seberapa banyak kerugian akan terjadi akibat dari penyajian informasi yang tidak lengkap, disamping dapat mengakibatkan terjadinya berbagai kesalahan pemahaman ataupun keputusan yang salah.

3) Penyajian dengan tepat waktu

Informasi yang benar adil dan lengkap tidak mempunyai manfaat dalam pengambilan keputusan apabila disajikan tidak tepat pada waktunya sehingga hanya akan menjadi kadaluarsa. Ketepatan waktu ini sangat dihargai dalam islam, bukan hanya pada penyampaian informasi tetapi meliputi seluruh aktivitas yang dilakukannya.

Dalam Al Quran surat Al' Ashr 1-3 sebagai berikut:

وَالْعَصْرِ ﴿١﴾
إِنَّ الْإِنْسَانَ لِفِي خُسْرٍ ﴿٢﴾
إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا

الصَّالِحَاتِ وَتَوَاصَوْا بِالْحَقِّ وَتَوَاصَوْا بِالصَّبْرِ ﴿٣﴾

“Demi masa. Sesungguhnya manusia itu benar-benar dalam kerugian, Kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan

amal saleh dan nasehat menasehati supaya mentaati kebenaran dan nasehat menasehati supaya menetapi kesabaran.

Laporan non keuangan yang diungkapkan dalam laporan tahunan meliputi laporan manajemen yang berisi informasi penting mengenai perusahaan seperti laporan dewan komisaris, laporan direksi, kinerja perusahaan, prospek perusahaan serta informasi penting lainnya yang berhubungan dengan perusahaan. Menurut Naim dan Rakhman (2000:93) terdapat dua jenis pengungkapan, yakni:

a. Pengungkapan wajib

Pengungkapan wajib merupakan pengungkapan minimum yang disyaratkan oleh standar akuntansi yang berlaku. Jika perusahaan tidak bersedia untuk mengungkapkan informasi secara sukarela, maka pengungkapan wajib akan memaksa perusahaan untuk mengungkapkannya.

b. Pengungkapan sukarela

Pengungkapan sukarela adalah pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan tanpa diharuskan oleh peraturan yang berlaku. Pengungkapan sukarela dapat meningkatkan kredibilitas perusahaan dan membantu investor dalam memahami strategi bisnis manajemen. Setiap perusahaan memiliki kebebasan yang berbeda-beda untuk memilih jenis informasi yang akan diungkapkan.

Dalam pandangan Islam, penyajian laporan keuangan tidak boleh ada unsur penipuan atau adanya penyembunyian atas

informasi yang tidak diketahui oleh salah satu pihak yang bertransaksi dan ketidakjelasan terjadi jika salah satu pihak yang bertransaksi merubah sesuatu yang seharusnya bersifat pasti menjadi tidak pasti, dalam alquran dijelaskan harus mengukur secara pasti tidak ada unsur gharar ataupun taddlis dan juga tidak ditambahi atau dikurangi, ayat yang menjelaskan antara lain Al Quran surat As Syuaraa' ayat 181-183 (ibrahim, 2010:110)

﴿ أَوْفُوا بِالْكَيْلِ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴾ ﴿ ١٨١ ﴾ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ

﴿ الْمُسْتَقِيمِ ﴾ ﴿ ١٨٢ ﴾ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْثَوْا فِي

﴿ الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴾ ﴿ ١٨٣ ﴾

“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu Termasuk orang-orang yang merugikan; dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan”;

Sembiring (2005) menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai *social disclosure, corporate social reporting, social accounting* atau *corporate social responsibility*, merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Hal tersebut memperluas tanggung jawab

organisasi (khususnya perusahaan), di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham. Perluasan tersebut dibuat dengan asumsi bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham.

Anggraini (2006) mengidentifikasi beberapa hal yang berkaitan dengan pelaporan CSR perusahaan, yaitu sebagai berikut:

1. Lingkungan, meliputi pengendalian terhadap polusi, pencegahan atau perbaikan terhadap kerusakan lingkungan, konservasi alam, dan pengungkapan lain yang berkaitan dengan lingkungan.
2. Energi, meliputi konservasi energi, efisiensi energi.
3. Praktik bisnis yang wajar, meliputi, pemberdayaan terhadap minoritas dan perempuan, dukungan terhadap usaha minoritas, tanggung jawab sosial.
4. Sumber daya manusia, meliputi aktivitas di dalam suatu komunitas, dalam kaitan dengan pelayanan kesehatan, pendidikan dan seni.
5. Produk, meliputi keamanan, pengurangan polusi.

Corporate Sustainability Reporting terbagi menjadi tiga kategori yang biasa disebut sebagai aspek *Triple Bottom Line*, yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan, dan kinerja sosial. (Azhari,2011: 34)

2.2.3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi CSR

2.2.3.1.Pengungkapan Media

Perusahaan melakukan pengungkapan informasi sosial dengan tujuan untuk membangun *image* pada perusahaan dan mendapatkan perhatian dari masyarakat. Perusahaan memerlukan biaya dalam rangka untuk memberikan informasi sosial, sehingga laba yang dilaporkan dalam tahun berjalan menjadi lebih rendah. Ketika perusahaan menghadapi biaya kontrak dan biaya pengawasan yang rendah dan visibilitas politis yang tinggi akan cenderung untuk mengungkapkan informasi sosial. (Anggraini 2006).

Patten, 2002b dalam Marzully dan Denies (2012) menyebutkan, jika perusahaan ingin mendapat kepercayaan dan legitimasi melalui kegiatan CSR, maka perusahaan harus mempunyai kapasitas untuk memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan dan berkomunikasi dengan pemangku kepentingannya secara efektif. Fungsi komunikasi menjadi sangat pokok dalam manajemen CSR. Pengkomunikasian CSR melalui media akan meningkatkan reputasi perusahaan dimata masyarakat. Pada pelaksanaannya, hal inilah yang menjadi bagian pada proses membangun institusi, membentuk norma yang diterima dan legitimasi praktik CSR. Penelitian teori legitimasi secara luas menguji peran yang dimainkan oleh berita media pada peningkatan tekanan yang diakibatkan oleh tuntutan publik terhadap perusahaan. Media mempunyai peran penting pada pergerakan mobilisasi sosial, misalnya kelompok yang tertarik pada.

2.2.3.2. Ukuran Perusahaan

Terdapat beberapa penjelasan mengenai pengaruh ukuran perusahaan (*Size*) terhadap kualitas ungkapan. Hal ini dapat dilihat dari berbagai penelitian empiris yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pengaruh total aktiva hampir

selalu konsisten dan secara statistik signifikan. Beberapa penjelasan yang mungkin dapat menjelaskan fenomena ini adalah bahwa perusahaan besar mempunyai biaya informasi yang rendah, perusahaan besar juga mempunyai kompleksitas dan dasar pemilikan yang lebih luas dibanding perusahaan kecil.

2.2.3.3. Ukuran Dewan Komisaris

Dewan komisaris adalah wakil *shareholder* dalam perusahaan. Dengan wewenang yang dimiliki, dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen untuk mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial. Perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial. (Wijaya, 2012).

Berkaitan dengan ukuran dewan komisaris, Sembiring (2005) menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya.

Dewan komisaris merupakan wakil *shareholder* dalam entitas bisnis yang berbadan hukum Perseroan Terbatas (PT) yang berfungsi mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen (direksi), dan bertanggung-jawab untuk menentukan apakah manajemen memenuhi tanggung jawab mereka dalam mengembangkan dan menyelenggarakan pengendalian intern perusahaan. Dengan wewenang yang dimiliki, dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen agar mengungkapkan informasi CSR lebih

banyak, sehingga dapat dijelaskan bahwa perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris yang lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan CSR. Sebagai wakil dari prinsipal di dalam perusahaan, dewan komisaris dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial, karena dewan komisaris merupakan pelaksana tertinggi didalam entitas. Dengan mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan, maka *image* perusahaan akan semakin baik.

2.2.3.4. Leverage

Menurut Sembiring (2005) keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan. Sesuai dengan teori agensi maka manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*.

Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Selain itu *leverage* juga menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjangnya. *Leverage* merupakan proporsi total utang terhadap rata-rata ekuitas pemegang saham. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* tinggi berarti sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* lebih rendah lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri. Tingkat *leverage* perusahaan, dengan demikian menggambarkan risiko keuangan perusahaan.

Leverage dalam penelitian ini penulis proksikan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER). Rasio tersebut digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan sehingga dapat dilihat tingkat risiko tak tertagihnya utang. Adapun rumus rasio *leverage* adalah sebagai berikut:

$$\text{DER} = \frac{\text{Total kewajiban}}{\text{Total Ekuitas}}$$

2.2.3.5. Profitability

Profitabilitas perusahaan menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut, dengan kata lain profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Sehingga diharapkan dengan semakin tingginya tingkat profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pula pengungkapan informasi sosialnya.

Menurut Sembiring (2005) profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan CSR kepada pemegang saham. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosialnya.

Hubungan antara kinerja keuangan suatu perusahaan, dalam hal ini profitabilitas, dengan pengungkapan tanggung jawab sosial menurut Pian (2010) paling baik diekspresikan dengan pandangan bahwa tanggapan sosial yang diminta dari manajemen sama dengan kemampuan yang diminta untuk membuat suatu perusahaan memperoleh laba. Manajemen yang sadar dan memperhatikan masalah sosial juga akan memajukan kemampuan yang diperlukan untuk menggerakkan kinerja keuangan perusahaan. Konsekuensinya, perusahaan yang

mempunyai respon sosial dalam hubungannya dengan pengungkapan tanggung jawab sosial seharusnya menyingkirkan seseorang yang tidak merespon hubungan antara profitabilitas perusahaan dengan variabel akuntansi seperti tingkat pengembalian investasi dan variabel pasar seperti *differential return* harga saham.

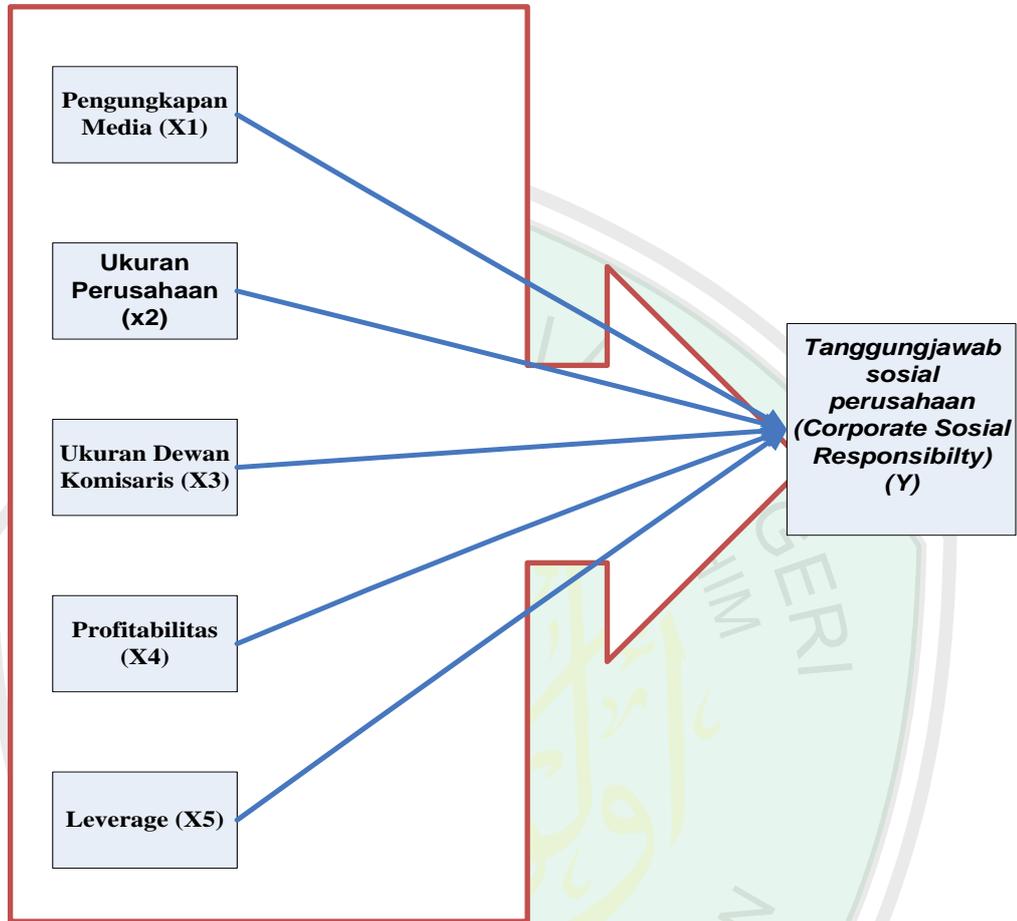
2.2.4 Kerangka Konseptual

Berdasarkan uraian data sebelumnya maka dapat digambarkan kerangka pemikiran dalam penelitian ini yang mana variabel independen dalam penelitian ini meliputi *leverage*, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, pengungkapan media serta ukuran perusahaan. Sedangkan variabel yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah ini pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Banyak faktor yang mempengaruhi perusahaan untuk mengungkapkan CSR kedalam laporan tahunan perusahaan. Berdasarkan tinjauan pustaka serta beberapa penelitian terdahulu, maka peneliti mengindikasikan faktor pengungkapan media, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, *leverage* serta profitabilitas sebagai variabel independen penelitian yang mempengaruhi pengungkapan tanggungjawab sosial sebagai variabel dependen penelitian.

Adapaun faktor-faktor pengungkapan tanggungjawab sosial pada perusahaan *high profile* yang terdaftar pada BEI dapat digambarkan sebagai berikut:

Variabel Independen

Variabel Dependen



Data diolah berdasarkan kajian pustaka (2015)

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

2.2.5 Hipotesis Penelitian

2. 2.5.1 Pengungkapan Media

Pada umumnya perusahaan juga mengungkapkan aktivitas *corporate social responsibility* melalui berbagai media yang salah satunya merupakan media internet (*web*). Media internet merupakan media yang efektif karna sesuai dengan perkembangan zaman serta para pemakai internet yang mulai meningkat. Dengan mengkomunikasikan *corporate social responsibility* melalui media internet, diharapkan masyarakat mengetahui aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Media sendiri merupakan sumber daya pada informasi lingkungan.

Patten, 2002b dalam Marzully dan Denies (2012) menyebutkan, jika perusahaan ingin mendapat kepercayaan dan legitimasi melalui kegiatan CSR, maka perusahaan harus mempunyai kapasitas untuk memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan dan berkomunikasi dengan pemangku kepentingannya secara efektif. Fungsi komunikasi menjadi sangat pokok dalam manajemen CSR. Pengkomunikasian CSR melalui media akan meningkatkan reputasi perusahaan dimata masyarakat. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis ketiga yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

H1 : Pengungkapan Media berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

2. 2.5.2 Ukuran perusahaan (*Corporate size*)

Beberapa penelitian empiris telah banyak menyediakan bukti mengenai hubungan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan sosial perusahaan. Perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. 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. Dari sisi tenaga kerja, dengan semakin banyaknya jumlah tenaga kerja dalam suatu perusahaan, maka tekanan pada pihak manajemen untuk memperhatikan kepentingan tenaga kerja akan semakin besar. Program berkaitan dengan tenaga kerja yang merupakan bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan, akan semakin banyak dilakukan oleh perusahaan. Hal ini berarti program tanggung jawab sosial perusahaan juga semakin banyak dan akan diungkapkan dalam laporan tahunan. Oleh karena itu perusahaan yang lebih besar lebih dituntut untuk memperlihatkan/mengungkapkan tanggung jawab sosialnya.

Penelitian ini, menggunakan total aktiva (*total asset*) yang dimiliki perusahaan sebagai proksi dari ukuran perusahaan sebagai variabel independen. Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut: .

H2 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

2. 2.5.3 Ukuran Dewan Komisaris

Berkaitan dengan ukuran dewan komisaris dalam Sembiring (2005) menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya. Oleh karena itu, sejalan dengan pendapat yang diungkapkan dalam penelitian Sembiring (2005) maka penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H3: Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

2. 2.5.4 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham (Hackston dan Milne (1996). Ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan tersebut. Sebaliknya ketika tingkat profitabilitas rendah perusahaan akan berharap pengguna laporan akan membaca —*good news* kinerja perusahaan. Dalam keterkaitan profitabilitas Marzully dan Denies (2013) menyatakan bahwa suatu perusahaan yang memiliki profit besar

harus aktif melakukan CSR. Dengan profitabilitas yang tinggi, akan memberikan kesempatan yang lebih kepada manajemen dalam mengungkapkan serta melakukan program CSR. Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H4 : Tingkat profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR.

2.2.5.5 Leverage

Scott (2000:170) dalam Wijaya (2012) menyampaikan pendapat yang mengatakan bahwa semakin tinggi *leverage* kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba dimasa depan. Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* tinggi akan lebih sedikit mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial, supaya dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi (mengurangi biaya pengungkapan). Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H5 : Tingkat *leverage* perusahaan berpengaruh negatif terhadap luas pengungkapan CSR.