

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengungkapan CSR dipengaruhi oleh banyak faktor, dimana faktor tersebut dapat diindikasikan dari karakteristik perusahaan. Dari penelitian terdahulu juga dapat diketahui bahwa pengungkapan CSR masih bersifat sukarela (*voluntary disclosure*), hal ini karena belum kuatnya peraturan yang mewajibkan perusahaan untuk melaporkan dan mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan perusahaan (Wakid., dkk, 2012: 45). Hal tersebut perlu menjadi perhatian semua pihak mengingat pengungkapan CSR sangat berkaitan dengan eksistensi perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya. Oleh karena itu, sangat diperlukan pemahaman mengenai faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi perusahaan dalam melakukan pengungkapan CSR.

Beberapa penelitian terdahulu masih terdapat ketidakkonsistenan hasil penelitian atas faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR sehingga perlu diuji ulang dengan sampel dan periode yang berbeda. Sebagaimana hasil penelitian yang dilakukan oleh Cahyaningsih dan Martina (2011), Pian (2010: 66) yang menunjukkan bahwa faktor profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dimana hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan Nurkhin (2010), Sembiring (2003: 62) yang menunjukkan bahwa faktor profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Faktor *leverage* jika diteliti pengaruhnya terhadap pengungkapan CSR juga menunjukkan hasil yang berbeda diantara peneliti dimana hal ini ditunjukkan dari hasil penelitian yang dilakukan Cahyaningsih dan Martina (2011), Sembiring (2005: 63) yang menunjukkan hasil bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap

pengungkapan CSR sedangkan penelitian Anindita (2008: 58) menunjukkan hasil bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Hasil berbeda juga ditunjukkan pada faktor ukuran perusahaan (*size*) dimana penelitian yang dilakukan oleh Nurjanah dan Jurica (2013) menunjukkan hasil negatif dimana ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR yang berarti hasil penelitian tersebut bertolak belakang dengan penelitian Cahyaningsih dan Martina (2011), Nurkhin (2010), Sembiring (2005: 386) yang menunjukkan pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Ketidak konsistenan hasil juga ditunjukkan pada faktor ukuran dewan komisaris dimana penelitian yang dilakukan Sembiring (2005) menunjukkan hasil bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, namun hasil penelitian tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan Nurjanah dan Jurica (2013), Cahyaningsih dan Martina (2011) yang menunjukkan hasil bahwa dewan komisaris berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.

TABEL 2.1

RINGKASAN PENELITIAN TERDAHULU

No	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Sembiring(2005), Pengaruh <i>size</i> , profitabilitas, ukuran dewan komisaris, <i>leverage</i> terhadap pengungkapan CSR.	Variabel Independen: <i>size</i> , profitabilitas, ukuran dewan komisaris, <i>leverage</i> Variabel Dependen: CSR	Dalam pengujian secara parsial tiga variabel yaitu <i>size</i> , profit, dan ukuran dewan komisaris ditemukan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan
2	Anggraeni (2006), Pengaruh kepemilikan manajemen, <i>leverage</i> , ukuran perusahaan, tipe industri, profitabilitas terhadap CSR <i>disclosure</i> .	Variabel Independen: kepemilikan manajemen, <i>leverage</i> , ukuran perusahaan, tipe industri, profitabilitas Variabel Dependen: CSR <i>Disclosure</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan kepemilikan manajemen dan tipe industri berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan <i>leverage</i> , ukuran perusahaan dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR
3	Marcus Salawski, Henning Zuch. (2012). <i>The Impact of Corporate Social Responsibility (CSR) on financial.</i>	Variabel Independen: <i>size</i> , <i>leverage</i> , <i>growth</i> , <i>c-score</i> Variabel Dependen : CSR	Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap tingkat manajemen laba, sedangkan CSR berpengaruh negatif terhadap tingkat konservatisme akuntansi
4	Camelia I. Lungu <i>et al</i> (2011) <i>Research on Corporate Social Responsibility Reporting.</i>	Variabel Independen: Ukuran Perusahaan (Aset dan Pendapatan), Profitabilitas (Perusahaan Pendapatan dari ROE)	Ukuran perusahaan (aset dan pendapatan), tidak berkorelasi dengan adanya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, namun ada korelasi negatif signifikan antara

		Variabel Dependen: CSR	perubahan pendapatan, ROE dan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
5	Melisa Syahnaz (2011), Pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan.	Variabel Independen : CSR Variabel Dependen : Kinerja Keuangan Perusahaan	Membuktikan bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diprosikan dengan <i>return on assets</i> (ROA) dan <i>return on equity</i> (ROE)
6	Cahyaningsih dan Venti Yustianti Martina (2011) Pengaruh Mekanisme <i>Corporate Governance</i> dan Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial	Variabel Independen: Dewan Komisaris Independen, Kepemilikan institusional, <i>leverage</i> , <i>Price to Book Value</i> , <i>Size</i> (Ukuran Perusahaan). Variabel Dependen : Pengungkapan CSR	Hasil pengujian menunjukkan bahwa hanya variabel <i>size</i> (ukuran perusahaan) berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.
7	Budi Cahyono. (2011). Pengaruh CSR terhadap Kinerja Perusahaan dengan Kepemilikan Asing Sebagai Variabel Moderating.	Independen : CSR Dependen: Profitabilitas dan return saham	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>Return on Equity</i> (ROE) sebagai Ukuran Kinerja Keuangan dan <i>Cumulative Abnormal Return</i> (CAR) sebagai Ukuran Kinerja Pasar.
8	Ahmad Nurkhin (2010). <i>Corporate Governance</i> dan Profitabilitas, Pengaruhnya terhadap Pengungkapan CSR Sosial Perusahaan.	Variabel Independen: <i>Corporate Governance</i> , profitabilitas Variabel Dependen: Pengungkapan CSR	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepemilikan institusional, dewan komisaris independen, profitabilitas, ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung

			jawab sosial. Sedangkan variabel tipe industri tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial
--	--	--	--

Dari penelitian terdahulu diatas, telah tampak bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR seperti profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, kepemilikan manajemen, dan *corporate governance*. Tetapi dari beberapa faktor-faktor tersebut terdapat ketidakkonsistenan hasil penelitian yang dilakukan oleh para peneliti mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pengungkapan CSR, terdapat yang secara positif berpengaruh dan juga terdapat yang tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Dari ketidakkonsistenan hasil tersebut membuat penulis akan menguji ulang terhadap faktor-faktor yang memengaruhi pengungkapan CSR, hal ini dilakukan untuk meyakinkan bahwa faktor-faktor tersebut benar-benar dapat menggambarkan penyebab perusahaan melakukan pengungkapan CSR.

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 Teori Legitimasi

Teori legitimasi menjelaskan perusahaan melakukan kegiatan usaha dengan batasan-batasan yang ditentukan oleh norma-norma. Nilai-nilai sosial dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan. Teori legitimasi merupakan perspektif teori yang berada dalam kerangka teori ekonomi politik. Karena 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. Dowling dan Pfeffer (1975) dalam Ghazali dan Chariri (2007: 28) berpendapat

bahwa 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 actual atau potensial terjadi antara kedua sistem nilai tersebut, maka akan ada ancaman terhadap legitimasi perusahaan.

Ini berarti bahwa keberadaan perusahaan dalam masyarakat akan tetap berlanjut jika tindakan perusahaan sejalan dengan nilai-nilai masyarakat dimana perusahaan beroperasi. Perusahaan yang melaporkan kinerjanya berpengaruh terhadap nilai sosial dimana perusahaan tersebut beroperasi. Hal ini disebabkan karena legitimasi dipengaruhi oleh kultur, interpretasi masyarakat yang berbeda, sistem politik dan ideology pemerintah.

2.2.2 Teori Stakeholder

Menurut Freeman dan Veal (2001) definisi *stakeholder* adalah setiap kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi. *Stakeholder* dapat dibagi menjadi dua berdasarkan karakteristiknya yaitu *stakeholder* primer dan *stakeholder* sekunder. *Stakeholder* primer adalah seorang atau kelompok yang tanpanya perusahaan tidak dapat bertahan untuk *going concern*, meliputi *shareholder*, karyawan, konsumen dan pemasok, bersama dengan yang didefinisikan sebagai kelompok *stakeholder* publik, yaitu pemerintah dan komunitas. Sedangkan kelompok *stakeholder* sekunder didefinisikan sebagai mereka yang mempengaruhi, atau dipengaruhi perusahaan, namun mereka tidak berhubungan dengan transaksi dengan perusahaan dan tidak pasti kelangsungannya.

Teori *stakeholder* adalah teori yang menggambarkan kepada pihak mana saja (*stakeholder*) perusahaan bertanggung jawab. Perusahaan harus menjaga hubungan dengan

stakeholdernya dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan *stakeholdernya*, terutama *stakeholder* yang mempunyai *power* terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan, misal tenaga kerja, pasar atas produk perusahaan dan lain-lain. Salah satu strategi untuk menjaga hubungan dengan para *stakeholder* perusahaan adalah dengan melaksanakan CSR, dengan pelaksanaan CSR diharapkan keinginan dari *stakeholder* dapat terakomodasi sehingga akan menghasilkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan *stakeholdernya*. Hubungan yang harmonis akan berakibat pada perusahaan yang akan dapat mencapai keberlanjutan perusahaannya.

Latar belakang pendekatan *stakeholder* adalah keinginan untuk membangun suatu kerangka kerja yang responsif terhadap masalah yang dihadapi para manajer yaitu perubahan lingkungan. Menurut Freeman dan Veal (2001) tujuan dari manajemen *stakeholder* adalah untuk merancang metode yang digunakan untuk mengelola berbagai kelompok dan hubungan yang dihasilkan dengan cara yang strategis.

Kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Pengungkapan sosial dianggap sebagaibagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholdernya*. Perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, dan untuk mendapatkan dukungan dari *stakeholder* perusahaan harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*.

2.2.3 Teori Agensi

Prinsip utama teori ini menyatakan adanya hubungan kerja antara pihak yang memberi wewenang (prinsipal) yaitu investor dengan pihak yang menerima wewenang (agensi) yaitu manajer. Hubungan keagenan adalah suatu kontrak dimana satu atau lebih orang (prinsipal)

melibatkan orang lain (agen) untuk melakukan beberapa layanan atas nama mereka yang melibatkan mendelegasikan sebagian kewenangan pengambilan keputusan kepada agen.

Teori agensi mengasumsikan bahwa semua individu bertindak atas kepentingan mereka sendiri. Sehingga terjadi konflik kepentingan antara pemilik dan agen karena kemungkinan agen tidak selalu berbuat sesuai dengan kepentingan prinsipal, sehingga memicu biaya keagenan (*agency cost*). Pemegang saham sebagai prinsipal diasumsikan hanya tertarik kepada hasil keuangan yang bertambah atau investasi mereka di dalam perusahaan. Sedangkan para agen diasumsikan menerima kepuasan berupa kompensasi keuangan dan syarat-syarat yang menyertai dalam hubungan tersebut.

Dalam hubungan agen tersebut, terdapat 3 faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR yaitu biaya pengawasan (*monitoring cost*), biaya kontrak (*contracting cost*), dan visibilitas politik. Perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR memiliki tujuan untuk membangun *image* pada perusahaan dan mendapatkan perhatian dari masyarakat. Perusahaan memerlukan biaya dalam rangka untuk memberikan informasi pertanggungjawaban sosial, sehingga laba yang diperoleh dalam tahun berjalan menjadi lebih rendah. Ketika perusahaan menghadapi biaya pengawasan dan biaya kontrak yang rendah dan visibilitas politik yang tinggi akan cenderung untuk mengungkapkan CSR. Jadi menurut Anggraeni (2006: 71) pengungkapan informasi CSR berhubungan positif dengan kinerja sosial, kinerja ekonomi dan visibilitas politik dan berhubungan negatif dengan biaya pengawasan dan kontrak.

Berdasarkan teori agensi, perusahaan yang menghadapi biaya pengawasan dan biaya kontrak yang rendah cenderung akan melaporkan laba bersih rendah atau dengan kata lain akan mengeluarkan biaya-biaya untuk kepentingan manajemen. Kemudian, sebagai wujud

pertanggungjawaban, manajer sebagai agen akan berusaha memenuhi seluruh keinginan pihak prinsipal, dalam hal ini adalah pengungkapan CSR perusahaan.

2.2.4 Profitabilitas

Menurut Brigham dalam Agustina (2013: 7), profitabilitas adalah hasil akhir dari serangkaian kebijakan dan keputusan manajemen, dimana kebijakan dan keputusan ini menyangkut pada sumber dan penggunaan dana dalam menjalankan operasional perusahaan yang terangkum dalam laporan neraca dan unsur dalam neraca.

Profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Menurut Agustina (2013: 2) para investor menanamkan saham pada perusahaan adalah untuk mendapatkan *return*. Hal ini berarti semakin tinggi kemampuan memperoleh laba, maka semakin besar *return* yang diharapkan investor sehingga menjadikan nilai perusahaan menjadi lebih baik.

Menurut Said (2004: 43) profitabilitas dipandang sebagai suatu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi. Profitabilitas dapat menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya, karena semakin besar dividen (*dividend payout*) akan semakin menghemat biaya modal, di sisi lain para manajer (*insider*) menjadi meningkat *power*nya bahkan bisa meningkatkan kepemilikannya akibat penerimaan dividen sebagai hasil keuntungan yang tinggi.

2.2.5 Komitmen Pimpinan Perusahaan

Kepemimpinan dalam CSR diwujudkan dalam komitmen *top management* untuk menyusun konsep CSR. *Top management* atau pimpinan yang dimaksud dapat terdiri dari pemilik perusahaan, jajaran direksi, dan CEO. Dalam penyusunan konsep kebijakan *Corporate Social Responsibility* (CSR), pimpinan seharusnya melibatkan beberapa departemen dalam

perusahaan. Perencanaan strategis CSR dilakukan oleh jajaran direksi dengan melibatkan, misalnya: departemen *Environment, Human Resource, Social Security and License*, dan *finance*. Akan tetapi tidak tertutup kemungkinan dalam penyusunan konsep tersebut melibatkan masukan dari karyawan. Hal yang penting diperhatikan adalah para penyusun harus mempunyai kesamaan visi dan misi dalam memandang CSR (Nindita, 2008:60-61).

Proporsi pimpinan perusahaan cukup menentukan pengaruhnya terhadap pengungkapan CSR. Dengan wewenang dan otoritas yang dimilikinya, seorang pimpinan perusahaan akan dapat membuat suatu kebijakan yang mengarah pada aktivitas yang berkaitan dengan kegiatan sosial dan lingkungan. Semakin kuat komitmen pimpinan perusahaan maka semakin efektif praktik dan pengungkapan CSR yang dilaksanakan.

2.2.6 Leverage

Rasio *leverage* merupakan proporsi total hutang terhadap rata-rata ekuitas pemegang saham. Rasio tersebut digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang.

Keputusan untuk mengungkapkan CSR akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi mengakibatkan pengawasan yang tinggi dilakukan oleh debtholder terhadap aktivitas perusahaan. 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*.

2.2.7 Ukuran Perusahaan

Ukuran suatu perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak

daripada perusahaan kecil. Teori agensi menyatakan bahwa perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar daripada perusahaan kecil (Marwata, 2001: 121). Oleh karena itu perusahaan besar akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak sebagai upaya untuk mengurangi biaya keagenan tersebut.

Besar kecilnya suatu perusahaan dapat terlihat dari jumlah karyawan yang ada di perusahaan tersebut dan jumlah aset yang dimiliki perusahaan. Dari informasi jumlah karyawan dan total aset yang dimiliki perusahaan akan memberikan sebuah pengertian bahwa perusahaan dengan ukuran besar maupun kecil sama-sama memiliki kemungkinan untuk melakukan dan tidak melakukan pengungkapan atas CSR. Jadi, walaupun perusahaan dengan ukuran besar lebih cenderung melakukan pengungkapan dibandingkan dengan perusahaan kecil hal tersebut tidak menjadikan sebuah jaminan akan tetap terjaga konsistensi hasilnya.

2.2.8 Ukuran Dewan Komisaris

Menurut Nurkhin (2010) dewan komisaris dianggap sebagai mekanisme pengendalian internal tertinggi, yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak. Dewan komisaris memiliki peranan untuk menentukan strategi dan keputusan yang akan diambil oleh suatu perusahaan sehingga sukses atau tidaknya perusahaan ditentukan oleh strategi yang dipilih oleh dewan komisaris tersebut (Aji Nugroho, 2011: 38).

Semakin banyak anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan maka monitoring akan berjalan dengan baik dan pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuat semakin luas. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Sembiring (2005: 387) yang menunjukkan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Jadi dalam hal ini proporsi dewan komisaris cukup menentukan pengaruhnya terhadap pengungkapan CSR.

2.2.9 Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan (Untung, 2007: 1)

Menurut pemikiran Carnegie, CSR atau tanggung jawab sosial pada dasarnya terdiri dari dua prinsip : prinsip amal dan prinsip mengurus harta orang lain. Keduanya bersifat paternalistik dalam pengertian memandang para pemilik bisnis mempunyai peran sebagai orang tua terhadap karyawan dan pelanggannya. Carnegie secara lebih rinci mengemukakan bahwa prinsip amal menganjurkan kepada para anggota masyarakat yang memiliki keberuntungan dalam kehidupannya untuk membantu anggota yang kurang beruntung melalui berbagai cara, baik langsung atau tidak langsung. Sedangkan prinsip kepengurusan harta orang lain, adalah bahwa para pelaku bisnis merupakan kelompok masyarakat yang memiliki kesempatan untuk mengurus sumber-sumber daya yang dapat digunakan untuk kepentingan bersama secara komersial. Ide Carnegie memandang bahwa bisnis berperan untuk menggandakan kekayaan atau sumber-sumber milik masyarakat, dan mengembalikan sebagian dari hasilnya untuk kepentingan masyarakat itu sendiri. (Poerwanto, 2010 : 17)

Nursahid (2008: 12) mendefinisikan CSR sebagai tanggung jawab moral suatu organisasi bisnis terhadap kelompok yang menjadi stakeholder-nya yang terkena pengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung dari operasi perusahaan. Sementara Wibisono (2007) mendefinisikan CSR sebagai tanggung jawab perusahaan kepada pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup

aspek ekonomi dan sosial (*triple bottom line*) dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan.

World Business Council for Sustainable Development(WBCSD) mengarahkan pengertian CSR yang berfokus pada pembangunan ekonomi yang manahal ini bertujuan untuk mendorong seluruh perusahaan dunia dalam rangka terciptanya suatu pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*), bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan, komunitas lokal dan komunitas secara keseluruhan dalam peningkatan kualitas hidup. Sanka dan Clement dalam Agustina (2013: 8) mendefinisikan CSR sebagai komitmen usaha untuk bertindak etis, beroperasi legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komuniti lokal dan masyarakat secara lebih luas. Secara umum, CSR dapat didefinisikan sebagai bentuk kegiatan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui peningkatan kemampuan manusia sebagai individu untuk beradaptasi dengan keadaan sosial yang ada, menikmati, memanfaatkan dan memelihara lingkungan hidup yang ada.

CSR juga dapat dipahami bahwa pada dasarnya CSR merupakan cita-cita perwujudan tanggung jawab sosial perusahaan dalam bentuk tindakan yang berdasarkan etika dengan tujuan untuk meningkatkan ekonomi secara berkelanjutan disertai peningkatan kualitas hidup karyawan beserta keluarganya, sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat pada umumnya (Djakfar, 2012 : 224).

Dari pengertian diatas menunjukkan bahwa CSR merupakan konsep akuntansi yang penting bagi setiap perusahaan. Konsep ini menuntut perusahaan untuk transparan dalam melakukan pengungkapan sosial atas kegiatan atau aktivitas sosial yang dilakukan perusahaan. Praktik dan pengungkapan CSR merupakan sesuatu yang perlu menjadi perhatian di setiap

perusahaan mengingat terdapat banyak manfaat yang akan diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan CSR, antara lain: (1) sebagai investasi sosial yang menjadi sumber keunggulan kompetitif perusahaan dalam jangka panjang, (2) memperkuat profitabilitas dan kinerja keuangan perusahaan, (3) meningkatnya akuntabilitas dan apresiasi positif dari komunitas investor, kreditor, pemasok, dan konsumen, (4) meningkatnya komitmen, etos kerja, efisiensi dan produktivitas karyawan, (5) menurunnya kerentanan gejolak sosial dan resistensi dari komunitas sekitarnya karena diperhatikan dan dihargai perusahaan, (6) meningkatnya reputasi, *goodwill* dan nilai perusahaan dalam jangka panjang (Lako, 2011: 90 dalam Wijayanti, 2012: 17).

2.2.10 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pengungkapan CSR merupakan data yang diungkapkan perusahaan yang berkaitan dengan aktivitas sosial yang dilakukan perusahaan. Pengungkapan praktik-praktik CSR yang dilakukan oleh perusahaan menyebabkan perlunya memasukkan unsur sosial dalam pertanggungjawaban perusahaan ke dalam akuntansi. Hal ini mendorong lahirnya suatu konsep yang disebut sebagai *Social Accounting*, *Socio Economic Accounting* ataupun *Social Responsibility Accounting* Indira dan Dini (2005) dalam Fahrizqi (2011: 4).

Sampai saat ini masih terdapat perbedaan pendapat mengenai isi dari pengungkapan CSR. Dalam survei yang dilakukan oleh Ernst (1998) dalam Ghozali dan Chariri (2007: 46) menemukan bahwa pengungkapan dikatakan berkaitan dengan isu sosial (dan lingkungan) jika pengungkapan tersebut berisi informasi yang dapat dikategorikan ke dalam kelompok yang juga mencakup indikator pengungkapan CSR menurut GRI berikut ini :

1. Lingkungan

- 1) Pengendalian polusi kegiatan operasi; pengeluaran riset dan pengembangan untuk pengurangan polusi;
 - 2) Pernyataan yang menunjukkan bahwa operasi perusahaan tidak mengakibatkan polusi atau memenuhi ketentuan hukum dan peraturan polusi;
 - 3) Pernyataan yang menunjukkan bahwa polusi operasi telah atau akan dikurangi;
 - 4) Pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan akibat pengolahan sumber alam, misalnya reklamasi daratan atau reboisasi;
 - 5) Konservasi sumber alam, misalnya mendaur ulang kaca, besi, minyak, air dan kertas;
 - 6) Penggunaan material daur ulang;
 - 7) Menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan yang dibuat perusahaan;
 - 8) Merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan;
 - 9) Kontribusi dalam seni yang bertujuan untuk memperindah lingkungan;
 - 10) Kontribusi dalam pemugaran bangunan sejarah;
 - 11) Pengolahan limbah;
 - 12) Mempelajari dampak lingkungan untuk memonitor dampak lingkungan perusahaan;
 - 13) Perlindungan lingkungan hidup.
2. Energi
- 1) Menggunakan energi secara lebih efisien dalam kegiatan operasi;
 - 2) Memanfaatkan barang bekas untuk memproduksi energi;
 - 3) Mengungkapkan penghematan energi sebagai hasil produk daur ulang;

- 4) Membahas upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energi;
 - 5) Pengungkapan peningkatan efisiensi energi dari produk;
 - 6) Riset yang mengarah pada peningkatan efisiensi energy dari produk;
 - 7) Mengungkapkan kebijakan energy perusahaan.
3. Kesehatan dan keselamatan tenaga kerja
- 1) Mengurangi polusi, iritasi, atau resiko dalam lingkungan kerja;
 - 2) Mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan kesehatan fisik atau mental;
 - 3) Mengungkapkan statistik kecelakaan kerja;
 - 4) Mentaati peraturan standard kesehatan dan keselamatan kerja;
 - 5) Menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja;
 - 6) Menetapkan suatu komite keselamatan kerja;
 - 7) Melaksanakan riset untuk meningkatkan keselamatan kerja;
 - 8) Mengungkapkan pelayanan kesehatan tenaga kerja.
4. Lain-lain tentang tenaga kerja
- 1) Perekrutan atau memanfaatkan tenaga kerja wanita/orang cacat;
 - 2) Mengungkapkan persentase/jumlah tenaga kerja wanita/orang cacat dalam tingkat managerial;
 - 3) Mengungkapkan tujuan penggunaan tenaga kerja wanita/orang cacat dalam pekerjaan;
 - 4) Program untuk kemajuan tenaga kerja wanita/orang cacat;
 - 5) Pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu di tempat kerja;
 - 6) Memberi bantuan keuangan pada tenaga kerja dalam bidang pendidikan;
 - 7) Mendirikan suatu pusat pelatihan tenaga kerja;

- 8) Mengungkapkan bantuan atau bimbingan untuk tenaga kerja yang dalam proses mengundurkan diri atau yang telah membuat kesalahan;
- 9) Mengungkapkan perencanaan kepemilikan rumah karyawan;
- 10) Mengungkapkan fasilitas untuk aktivitas rekreasi;
- 11) Pengungkapan persentase gaji untuk pensiun;
- 12) Mengungkapkan kebijakan penggajian dalam perusahaan;
- 13) Mengungkapkan jumlah tenaga kerja dalam perusahaan;
- 14) Mengungkapkan tingkatan managerial yang ada;
- 15) Mengungkapkan disposisi staff-di mana staff ditempatkan;
- 16) Mengungkapkan jumlah staff, masa kerja dan kelompok usia mereka;
- 17) Mengungkapkan statistic tenaga kerja, misalnya penjualan per tenaga kerja;
- 18) Mengungkapkan kualifikasi tenaga kerja yang direkrut;
- 19) Mengungkapkan rencana kepemilikan saham oleh tenaga kerja;
- 20) Mengungkapkan rencana pembagian keuntungan lain;
- 21) Mengungkapkan informasi hubungan manajemen dengan tenaga kerja dalam meningkatkan kepuasan dan motivasi kerja;
- 22) Mengungkapkan informasi stabilitas pekerjaan tenaga kerja dan masa depan perusahaan;
- 23) Membuat laporan tenaga kerja yang terpisah;
- 24) Melaporkan hubungan perusahaan dengan serikat buruh;
- 25) Melaporkan gangguan dan aksi tenaga kerja;
- 26) Mengungkapkan informasi bagaimana aksi tenaga kerja dinegosiasikan;
- 27) Peningkatan kondisi kerja secara umum;

28) Informasi re-organisasi perusahaan yang memengaruhi tenaga kerja;

29) Informasi dan statistik perputaran tenaga kerja.

5. Keterlibatan masyarakat

- 1) Sumbangan tunai, produk, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat, pendidikan dan seni;
- 2) Tenaga kerja paruh waktu (part-time employment) dari mahasiswa/pelajar;
- 3) Sebagai sponsor untuk proyek kesehatan masyarakat;
- 4) Membantu riset medis;
- 5) Sebagai sponsor untuk konferensi pendidikan, seminar atau pameran seni;
- 6) Membiayai program beasiswa;
- 7) Membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat;
- 8) Mensponsori kampanye nasional;
- 9) Mendukung pengembangan industri lokal.

6. Produk yang dihasilkan

- 1) Pengungkapan informasi pengembangan produk perusahaan, termasuk pengemasannya;
- 2) Gambaran pengeluaran riset dan pengembangan produk;
- 3) Pengungkapan informasi proyek riset perusahaan untuk memperbaiki produk;
- 4) Pengungkapan bahwa produk memenuhi standard keselamatan;
- 5) Membuat produk lebih aman untuk konsumen;
- 6) Melaksanakan riset atas tingkat keselamatan produk perusahaan;
- 7) Pengungkapan peningkatan kebersihan/kesehatan dalam pengolahan dan penyiapan produk;

- 8) Pengungkapan informasi atas keselamatan produk perusahaan;
 - 9) Pengungkapan informasi mutu produk yang dicerminkan dalam penerimaan penghargaan;
 - 10) Informasi yang dapat diverifikasi bahwa mutu produk telah meningkat (Misalnya ISO 9000).
7. Pengungkapan lainnya
- 1) Pengungkapan tujuan/kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat.
 - 2) Informasi berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan selain disebutkan diatas.

2.3 Integrasi Keislaman

Di era ini perusahaan membutuhkan pandangan yang luas mengenai bisnis dan tidak cukup hanya berfokus pada pertumbuhan ekonomi semata, dalam hal ini perusahaan harus mampu mensinergikan berbagai macam kekuatan internal yang dimilikinya dengan kekuatan yang berada di luar perusahaan untuk membentuk suatu kekuatan yang tangguh. Dengan adanya sinergi diantara kedua kekuatan tersebut yang dibentuk oleh suatu perusahaan maka dukungan eksternal yang akan memperkuat posisi perusahaan di tengah persaingan yang semakin ketat dan keras akan terus mengalir.

Membentuk sinergi dapat di wujudkan dengan melakukan praktik CSR. Yang ditekankan dalam CSR ialah bagaimana suatu perusahaan mampu melakukan pemberdayaan kepada masyarakat, bukan memperdayai masyarakat. Dengan membentuk dan membangun sinergi antara kekuatan internal dan eksternal perusahaan maka eksistensi dan keberlangsungan perusahaan (*going concern*) akan terwujud.

CSR bertujuan agar masyarakat juga merasakan kesejahteraan dalam lingkungannya. Menurut Rivai dan Buchari (2009:239) bahwa dalam ajaran Islam, yang paling nyata adalah menjunjung tinggi pemerataan untuk mewujudkan keadilan sosial.

Dilihat dari kacamata islam, CSR bertujuan agar masyarakat juga merasakan kesejahteraan dalam lingkungannya. Menurut Rivai dan Buchari (2009:239) bahwa dalam ajaran Islam, yang paling nyata adalah menjunjung tinggi pemerataan untuk mewujudkan keadilan sosial. CSR merupakan implikasi dari ajaran kepemilikan dalam islam. Allah adalah Pemilik Mutlak (*haqiqiyah*), sedangkan manusia hanya sebatas pemilik sementara (*temporer*) yang berfungsi sebagai penerima amanah. Manusia diturunkan ke bumi sebagai khalifah dan didorong untuk mencari rezeki, tanpa mengabaikan kepentingan akhirat. Selain itu, manusia didorong untuk berbuat baik dan dilarang membuat kerusakan di muka bumi, sebagaimana firmanNya (QS., al-Qashash : 77) :

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ، وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا، وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ، وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ، إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ﴿٧٧﴾

“Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagian) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bagianmu 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”.

Berdasarkan ajaran islam, perusahaan hendaknya perlu mengaplikasikan secara konsisten (*istiqomah*) praktik CSR sehingga nantinya perusahaan tidak hanya mengedepankan profit oriented dalam kegiatan usahanya melainkan juga melaksanakan tanggung jawab sosialnya terhadap masyarakat sehingga akan tercipta keseimbangan antara kepentingan ekonomi dan

sosial, sekaligus tuntutan moral yang mengandung nilai kebajikan baik dihadapan manusia maupun Allah SWT.

CSR merupakan gambaran bagaimana perusahaan memiliki kepedulian terhadap masyarakat. Kepedulian tersebut harus dilakukan oleh semua bagian yang ada di perusahaan tersebut mulai dari pimpinan hingga karyawannya. Pimpinan perusahaan selain harus mampu membuat kebijakan untuk pengalokasian dana CSR yang efektif juga harus dapat memberikan motivasi kepada seluruh karyawannya agar mempunyai kepedulian terhadap orang lain. Dalam kaitan ini, al-Qur'an memotivasi agar umat islam mau menginfakkan sebagian hartanya untuk orang lain, sebagaimana firmanNya (QS., al-Baqarah: 245) :

مَنْ ذَا الَّذِي يُقْرِضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا فَيُضَاعِفَهُ لَهُ أَضْعَافًا كَثِيرَةً، وَاللَّهُ يَقْبِضُ وَيَبْسُطُ وَإِلَيْهِ تُرْجَعُونَ ﴿245﴾

“Siapakah yang mau memberi pinjaman kepada Allah, pinjaman yang baik (menafkahkan hartanya di jalan Allah), maka Allah akan melipat gandakan pembayaran kepadanya dengan lipat ganda yang banyak. Dan Allah menyempitkan dan melapangkan (rezeki) dan kepada-Nya-lah kamu dikembalikan”.

Selain itu Allah SWT berfirman (QS., al-Baqarah: 254) :

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفِقُوا مِمَّا رَزَقْنَاكُمْ مِنْ قَبْلِ أَنْ يَأْتِيَكُمْ يَوْمٌ لَا يَبِيعُ فِيهِ وَلَا خُلَّةٌ وَلَا شَفَاعَةٌ، وَالْكَافِرُونَ هُمُ الظَّالِمُونَ ﴿254﴾

“Hai orang-orang yang beriman, belanjakanlah (di jalan Allah) sebagian dari rezeki yang telah kami berikan kepadamu sebelum datang hari yang pada hari itu tidak ada lagi jual beli dan tidak ada lagi syafa'at. Dan orang-orang kafir itulah orang-orang yang zalim’.

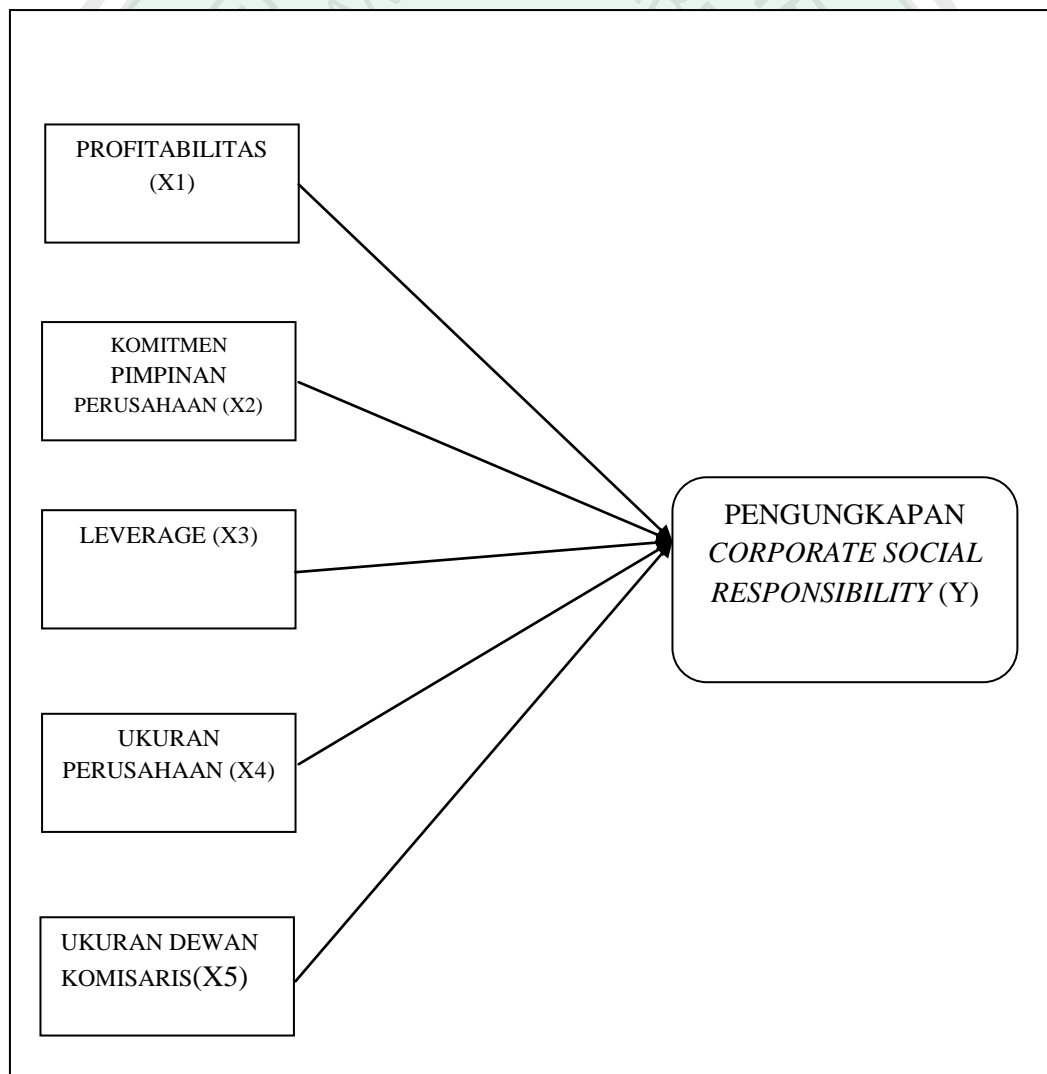
Sebagaimana makna yang terkandung dalam ayat-ayat al-Qur'an diatas, apabila perusahaan benar-benar memiliki keinginan mengimplementasikan ajaran ihsan (kebaikan) yang dikehendaki dalam etika bisnis islam dalam praktik CSR, seharusnya perusahaan memiliki niatan

yang benar-benar tulus untuk mensejahterakan masyarakat dan tidak berharap imbalan apapun dari masyarakat yang mendapat bantuan. Sekalipun dalam jangka panjang niscaya keuntungan itu juga akan diraih sebagai buah dari perbuatan baik yang dilakukan kepada masyarakat.

2.4 Kerangka Pemikiran

Untuk memberikan gambaran yang jelas dalam penelitian ini diberikan kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



2.5 Hipotesis Penelitian

2.5.1 Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Profitabilitas merupakan faktor yang penting bagi manajemen untuk memberikan keputusan terkait pengungkapan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham (Heinze, 1976 dalam Fahrizqi, 2010: 39). Jadi semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Sedangkan CSR merupakan suatu proses pengkomunikasian dampak-dampak sosial dan lingkungan di sekitar perusahaan atas tindakan ekonomi yang dilakukan oleh perusahaan terhadap kelompok tertentu dalam masyarakat dan pada masyarakat secara keseluruhan. Hal ini memperluas tanggung jawab perusahaan dalam menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal terutama pemegang saham. Dengan begitu, tanggung jawab perusahaan tidak hanya mencari laba untuk pemegang saham, tetapi juga harus menyediakan laporan pertanggungjawaban sosial terhadap masyarakat (Anggitasari, 2012:37).

Menurut Petronila (2003) dalam Rimba (2010: 43). Profitabilitas merupakan gambaran dari kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan. Berbagai kebijakan yang diambil manajemen dalam upaya untuk meningkatkan nilai perusahaan ialah salah satunya melalui pengelolaan kepemilikan aset perusahaan untuk mengoptimalkan profit yang akan didapatkan perusahaan. Sehingga, dari kondisi tersebut pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan dapat menganalisis nilai perusahaan melalui total aset yang dimiliki perusahaan, sebab analisis nilai perusahaan melalui pengelolaan aset untuk memperoleh profit akan memberikan informasi yang bermanfaat kepada investor dalam menilai prospek perusahaan di masa mendatang dalam menghasilkan laba. Salah satu bentuk analisisnya adalah dengan melihat nilai *return on asset* (ROA).

ROA adalah salah satu bentuk dari rasio profitabilitas dan dalam penelitian ini ROA digunakan sebagai alat analisis utama dalam indikator penilaian profitabilitas. ROA merupakan bentuk dari rasio profitabilitas yang dimaksud untuk mengukur kemampuan perusahaan atas keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktivitas yang digunakan untuk aktivitas operasi perusahaan dengan tujuan menghasilkan laba dengan memanfaatkan aset yang dimilikinya. Menurut Ang (2007) dalam Zuraida (2010) ROA merupakan rasio terpenting diantara rasio profitabilitas yang ada hal ini sejalan dengan apa yang dikemukakan Winardi (2012: 14) yang menyatakan bahwa ROA merupakan rasio yang terpenting untuk mengetahui profitabilitas suatu perusahaan. Melalui ROA dapat diketahui seberapa besar kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari total aset yang dimiliki. Selain itu menurut (Hariyani 2010: 45) ROA merupakan rasio yang memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan, karena menunjukkan efektivitas manajemen dalam menggunakan aset untuk memperoleh pendapatan.

Penelitian ilmiah terhadap keterkaitan profitabilitas dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan memperlihatkan hasil yang sangat beragam. Akan tetapi Donovan dan Gibson (2000) menyatakan bahwa berdasarkan teori legitimasi, salah satu argumen dalam keterkaitan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan CSR adalah bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi mengenai kesuksesan keuangan (*financial*) perusahaan, sehingga hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR sebagaimana penelitian Donovan dan Gibson (2000). Tetapi menurut Nurjannah dan Jurica (2013) semakin tinggi tingkat profitabilitas maka semakin besar pengungkapan informasi sosial. Penelitian Fahrizqi (2010: 68), Politon, Sontry Oktaviana dan Sri (2013), Untari (2010: 56) menghasilkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan

CSR. Keanekaragaman hasil penelitian tersebut menunjukkan ketidakkonsistenan hasil, sehingga hipotesis perlu dikemukakan.

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis pertama yang akan diuji dalam hipotesis alternatif 1 (H1) adalah:

H1 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

2.5.2 Pengaruh komitmen pimpinan perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Kebijakan suatu perusahaan merupakan instrumen penting dalam kesuksesan sebuah bisnis. Jika pimpinan perusahaan memiliki kapasitas yang mumpuni tentunya mereka akan merumuskan kebijakan-kebijakan yang penting untuk menunjang kinerja dan keuntungan perusahaan. Kebijakan tersebut dapat tercermin di dalam komitmen pimpinan perusahaan yang tertulis di dalam visi-misi perusahaan. Sehingga semakin besar komitmen pimpinan perusahaan untuk melaksanakan praktik CSR, maka kemungkinan perusahaan tersebut untuk melakukan pengungkapan atas CSR juga semakin besar.

Kriteria komitmen pimpinan perusahaan tidak hanya berdasarkan perumusan konsep kebijakan CSR saja, tetapi dalam cakupan yang lebih luas komitmen pimpinan dapat diwujudkan apabila memenuhi salah satu bentuk berikut:

1. Membentuk bagian atau bidang khusus CSR dalam jajaran Direksi atau struktur organisasi.
2. Komitmen harus dituangkan dalam pernyataan tertulis yang dirumuskan dalam *Corporate Commitment Contract (Corporate Long-term dan Short-term Plans)*. *Commitment Contract* tersebut harus disetujui oleh pihak manajemen dan serikat pekerja.

3. Para pemimpin atau direksi harus mempunyai ide dan mimpi untuk dapat menjalankan perusahaan yang bertanggung jawab sosial. Mimpi indah tersebut bukan hal yang mustahil untuk dapat diwujudkan.
4. Komitmen direksi harus diwujudkan dalam penyediaan dana untuk mendukung program CSR. Sumber dana CSR dapat berasal dari profit perusahaan, anggaran biaya marketing, atau deviden (Nindita, 2008: 61-62).

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang akan diuji dalam hipotesis alternatif 2 (H2) adalah:

H2 : Komitmen pimpinan perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

2.5.3 Pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Scott (2000) dalam Fahrizqi (2010: 40) semakin tinggi *leverage* kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba di masa depan. Dengan laba yang dilaporkan lebih tinggi akan mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang. Manajer akan memilih metode akuntansi yang akan memaksimalkan laba sekarang.

Sesuai dengan teori agensi maka manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya. Hal ini karena perusahaan memiliki kepentingan-kepentingan tersendiri, yaitu salah satunya agar tidak menjadi sorotan para *debtholder*. Sehingga perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya dimana hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Sembiring (2005: 385), Rosmasita (2007: 61) bahwa *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Selain itu, kepentingan

perusahaan yang utama ialah agar perusahaan tersebut masih memiliki *image* yang baik di mata masyarakat, yang nantinya akan berdampak positif bagi perusahaan tersebut. Namun, hasil berbeda ditunjukkan oleh penelitian Wakid.,dkk (2013: 59) yang berhasil menemukan hubungan positif dari kedua variabel ini, sehingga konsisten dengan hal ini maka hipotesis ini diajukan.

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang akan diuji dalam hipotesis alternatif 3 (H3) adalah:

H3 :Leverage berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

2.5.4 Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Ukuran perusahaan dalam teori agensi menggambarkan bahwa hubungan asimetri informasi antara ukuran perusahaan dengan kualitas pelaporan keuangan semakin besar, dikarenakan kesalahan dan perbedaan informasi yang terjadi. Perusahaan dengan ukuran yang besar diharapkan mampu memberikan kontribusi kepada lingkungan dalam bentuk aktivitas CSR dan pembayaran pajak kepada pemerintah. Perusahaan besar juga akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil, karena perusahaan besar akan menghadapi resiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil. Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial. Dengan mengungkapkan kepedulian terhadap lingkungan melalui laporan keuangan, maka perusahaan dalam jangka waktu panjang bisa terhindar dari biaya yang lebih besar yang merupakan akibat dari tuntutan masyarakat.

Menurut Permanasari (2010: 23) CSR merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Oleh

karena itu, perusahaan dengan ukuran kecil maupun besar harus mampu bertanggung jawab atas aktivitas operasionalnya yang diwujudkan di dalam laporan tahunan perusahaan tersebut sehingga masyarakat mengetahuinya.

Terdapat banyak penelitian ilmiah yang menguji hubungan keterkaitan antara ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR dimana menurut Fahrizqi (2010: 63), Anindita (2008: 57) dan Untari (2010: 68) faktor ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Selain itu, menurut Gray.*et.al.*, (2001) bahwa secara umum dari keseluruhan penelitian yang dilakukan ialah mendukung hubungan antara ukuran perusahaan (*size*) dengan pengungkapan CSR. Tetapi terdapat pula penelitian yang tidak berhasil menunjukkan pengaruh kedua variabel ini, seperti yang dilakukan Sembiring (2005: 386) Nurkhin (2010), Pian (2010: 66), Rosmasita (2007: 70). Karena ketidakkonsistenan hasil, maka hipotesis perlu diajukan.

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang akan diuji dalam hipotesis alternatif 4 (H4) adalah:

H4 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

2.5.5 Pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Dengan mengungkapkan CSR perusahaan, citra perusahaan di mata masyarakat akan semakin baik, hal inilah yang diinginkan oleh dewan komisaris. Berkaitan dengan ukuran dewan komisaris, Coller dan Gregory (1999) dalam Sembiring (2005: 382) menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif. Jika dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya. Dengan wewenang yang dimiliki dewan komisaris untuk mengawasi dan

memberikan petunjuk atau arahan pada pengelola perusahaan, maka diharapkan pengungkapan atas CSR dapat dilakukan oleh perusahaan demi tercapainya citra perusahaan yang baik di mata masyarakat. Apabila dewan komisaris semakin besar atau dominan untuk mempengaruhi pengelola perusahaan (manajemen) hal ini dapat memberikan *power* untuk menekan manajemen meningkatkan kualitas pengungkapan perusahaan (Haniffa dan Cooke, 2002 dalam Firmansyah, 2011: 57). Oleh karena itu, hasil penelitian Sembiring (2005: 387), Beasley (2000) dan Arifin (2002) menunjukkan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Namun berbeda dengan penelitian tersebut, Nurjannah dan Jurica (2013), Cahyaningsih dan Martina (2011) menyatakan bahwa dewan komisaris berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang diuji dalam hipotesis alternatif 5 (H5) adalah:

H5 : Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR