

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Stakeholder

Stakeholder adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan, seperti : pemerintah, perusahaan pesaing, lingkungan, masyarakat sekitar, lembaga diluar perusahaan (LSM), para pekerja perusahaan, dan sebagainya yang keberadaanya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007).

Teori *Stakeholder* menurut Grey, *et al.*, dalam Fahrizqi (2010) menyatakan bahwa :

“Kelangsungan hidup perusahaan tergantung kepada dukungan dari *stakeholder*. Dan dukungan tersebut haruslah dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Makin *powerfull stakeholder*, makin besar pula usaha perusahaan untuk beradaptasi.

Pengungkapan sosial dianggap bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholder*”

Salah satu upaya untuk menjaga hubungan dengan para *stakeholder* perusahaan adalah dengan cara melaksanakan CSR, dengan dilaksanakannya CSR diharapkan keinginan dari *stakeholder* dapat terealisasi sehingga akan menghasilkan hubungan yang sinergis antara perusahaan dan stakeholdernya.

2.1.2 Corporate Sosial Responsibility (CSR)

Menurut WBCSD (*World Business Council for Sustainable Development*) mendefinisikan CSR sebagai :

“...*CSR is the continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large.*”

Ini berarti bahwa perusahaan harus dapat berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi beriringan dengan meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja dan keluarganya serta komunitas lokal dan masyarakat luas. Ini bisa dilakukan dengan cara mengerti aspirasi dan kebutuhan *stakeholder* dan kemudian berkomunikasi dan berinteraksi dengan para *stakeholder*. (Fahrizqi, 2010)

World Bank (2002) dalam Putra (2011) mendefinisikan CSR sebagai berikut :

“.....CSR is 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”

Maksud dari definisi ini adalah “CSR merupakan komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi perkembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan karyawan dan perwakilannya, komunitas lokal, dan masyarakat yang luas untuk meningkatkan kualitas hidup melalui jalan bisnis dan perkembangan yang baik.”

Didalam ISO 26000 dijelaskan tujuh elemen dasar dari praktik CSR yang dapat dilakukan oleh perusahaan, yaitu :

1. Tata kelola perusahaan

Elemen ini mencakup bagaimana perusahaan harus bertindak sebagai elemen dasar dari tanggung jawab sosial (*social responsibility*) dan sebagai sarana untuk meningkatkan kemampuan perusahaan untuk menerapkan perilaku yang bertanggung jawab sosial (*socially responsible behavior*) yang berkaitan dengan elemen dasar lainnya.

2. Hak asasi manusia

Elemen ini mencakup penghormatan terhadap hak asasi manusia. Hak asasi manusia terbagi menjadi dua katagori utama,

kategori pertama mengenai hak-hak sipil dan politik dan kategori yang kedua mengenai hak-hak ekonomi, sosial dan budaya.

3. Ketenagakerjaan

Elemen ini mencakup seluruh hal yang terdapat didalam prinsip dasar deklarasi ILO 1944 dan hak-hak tenaga kerja dalam deklarasi hak asasi manusia. Sebagai contohnya yaitu pelaksanaan kondisi kerja yang baik, bermartabat, dan kondusif; pengembangan sumberdaya manusia dan lain-lain.

4. Lingkungan

Elemen ini mencakup pencegahan polusi sebagai dampak aktivitas perusahaan, pencegahan global warming, pendayagunaan sumber alam secara efisien dan efektif, dan penggunaan sistem manajemen lingkungan yang efektif dan berkelanjutan.

5. Praktik operasi yang adil

Elemen ini mencakup pelaksanaan aktivitas secara etik dan pengungkapan aktivitas perusahaan yang transparan, pelaksanaan aktivitas pemilihan pemasok yang etis dan sehat, penghormatan terhadap hak-hak intelektual dan kepentingan *stakeholder*, serta perlawanan terhadap korupsi.

6. Konsumen

Elemen ini mencakup penyediaan informasi yang akurat dan relevan tentang produk perusahaan kepada pelanggan, penyediaan produk yang aman dan bermanfaat bagi pelanggan.

7. Keterlibatan dan pengembangan masyarakat

Elemen ini mencakup pengembangan masyarakat, peningkatan kesejahteraan masyarakat, aktivitas sosial kemasyarakatan (*philantrophy*), dan melibatkan masyarakat didalam aktivitas operasional perusahaan.

2.1.3 Pengungkapan CSR dalam Laporan Tahunan

Laporan keuangan sangat penting karena merupakan alat komunikasi bagi manajer dengan pihak lain di luar perusahaan seperti investor, kreditur dan pengguna informasi lainnya. Menurut Standar Akuntansi Keuangan (SAK) tujuan laporan keuangan yaitu menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja, serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pemakai dalam pengambilan keputusan ekonomi.

Dalam pelaporan keuangan ada 2 jenis pengungkapan yang telah ditetapkan oleh peraturan yang berlaku. Pertama, pengungkapan bersifat wajib (*mandatory*) yaitu kewajiban penyampaian laporan keuangan bagi emiten atau perusahaan publik yang telah diatur oleh lembaga di suatu Negara. Kedua, pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) yaitu pengungkapan yang dilakukan secara sukarela oleh perusahaan tanpa diharuskan oleh lembaga yang berwenang. Pengungkapan sukarela yang dilakukan oleh satu perusahaan dengan yang lain akan berbeda. Oleh karena itu perusahaan bebas memilih jenis informasi yang diungkapkan, yang dipandang relevan oleh manajemen .

Laporan pertanggungjawaban sosial disajikan dalam sebuah laporan yang berkelanjutan (*sustainability reporting*) yang dapat diterbitkan secara terpisah ataupun terintegrasi dalam laporan tahunan (*annual report*). Laporan keberlanjutan adalah praktek pengukuran, pengungkapan dan upaya akuntabilitas dari kinerja organisasi dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan kepada para pemangku kepentingan baik internal maupun eksternal. Sebuah laporan keberlanjutan harus menyediakan gambaran yang berimbang dan masuk akal dari kinerja keberlanjutan sebuah organisasi, termasuk kontribusi yang positif maupun negatif (Purnasiwi, 2011).

2.1.4 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun. Dalam hal ini penjualan lebih besar daripada biaya variabel dan biaya tetap, maka akan diperoleh jumlah pendapatan sebelum pajak. Sebaliknya jika penjualan lebih kecil daripada biaya variabel dan biaya tetap maka perusahaan akan mengalami kerugian. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar memiliki akses yang lebih besar untuk mendapat sumber pendanaan dari berbagai sumber, sehingga untuk memperoleh pinjaman dari kreditur pun akan lebih mudah karena perusahaan dengan ukuran besar memiliki probabilitas lebih besar untuk memenangkan persaingan atau bertahan dalam industri. Perusahaan besar cenderung memiliki kelebihan dalam mengembangkan dan mengimplementasikan pengendalian internal

perusahaan. Sebaliknya, perusahaan kecil memiliki kesulitan dalam mengevaluasi pengendalian internal dikarenakan belum mempunyai struktur yang formal atau struktur yang baik dalam pengendalian internal mereka (Husnan. Suap, 2001).

Menurut Kartika (2010) perusahaan dengan *size* besar diharapkan akan memberikan pengungkapan sukarela yang lebih luas pula dalam laporan tahunan perusahaan. Perusahaan yang berukuran lebih besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar dari pada perusahaan kecil dan memberikan informasi sebanyak-banyaknya daripada perusahaan kecil. Disamping itu perusahaan yang lebih besar lebih banyak disoroti masyarakat sehingga pengungkapan yang luas merupakan salah satu wujud tanggung jawab dari perusahaan.

Penelitian terdahulu *size* perusahaan telah diukur dengan nilai total asset, volume penjualan, jumlah karyawan dan *log* penjualan bersih, ranking indeks, kapitalisasi pasar.

2.1.5 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan laba / keuntungan dalam suatu periode tertentu. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mampu menjalankan usahanya dengan baik sehingga di peroleh pendapatan yang besar dan perolehan laba pada perusahaan menjadi lebih besar. Semakin besar keuntungan yang dibagikan kepada pemegang

saham maka semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayarkan devidennya.

Dengan profitabilitas yang baik, kesejahteraan pada masyarakat, pemerintah, dan pegawai akan terjamin karena kebutuhan mereka terpenuhi melalui perolehan laba yang secara tidak langsung juga dapat dinikmati oleh mereka (Goal, 2010 dalam Dewi, 2013).

Ada beberapa rumus yang dapat digunakan dalam menghitung profitabilitas, antara lain :

1. *Operating Profit Margin*

Operating Profit Margin digunakan untuk mengukur tingkat laba usaha atau operasional dibagi penjualan bersih (Prihantini, 2009).

Operating Profit Margin dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Operating Profit Margin} = \frac{\text{laba usaha/operasi}}{\text{penjualan bersih}}$$

2. *Net Profit Margin*

Net Profit Margin digunakan untuk mengukur presentase laba bersih setelah pajak dibagi penjualan bersih (Prihantini, 2009).

Net Profit Margin dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{laba usaha bersih setelah pajak}}{\text{penjualan bersih}}$$

3. *Return on Asset (ROA)*

Return on Asset (ROA) digunakan untuk mengukur efektifitas perusahaan didalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya. *Return on Asset (ROA)*

merupakan rasio pendapatan bersih setelah pajak terhadap rata-rata aktiva tetap (Prihantini, 2009).

Return on Asset dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Return on Asset} = \frac{\text{laba bersih setelah pajak}}{\text{total aktiva}}$$

4. *Return on Equity (ROE)*

Return on Equity (ROE) digunakan untuk mengukur kemampuan modal sendiri atau ekuitas dalam menghasilkan keuntungan.

Return on Equity dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{laba bersih setelah pajak}}{\text{total ekuitas}}$$

5. *Gross Profit Margin*

Gross Profit Margin digunakan untuk mengukur tingkat laba kotor terhadap penjualan bersih perusahaan.

Gross Profit Margin dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{laba bruto}}{\text{Penjualan bersih}}$$

2.1.6 **Tingkat Leverage**

Tingkat *leverage* adalah untuk melihat kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan semua kewajibannya dengan pihak lain. Perusahaan yang mempunyai proporsi hutang lebih banyak dalam struktur permodalannya akan mempunyai biaya keagenan yang lebih besar dibandingkan perusahaan yang mempunyai hutang sedikit. Oleh karena itu perusahaan yang memiliki *leverage* tinggi mempunyai

kewajiban untuk memenuhi kebutuhan informasi krediturnya (Suripto, 1999 dalam Dewi, 2013).

Dengan tingkat *leverage* yang rendah hal itu berarti perusahaan lebih banyak membiayai kebutuhan dengan modalnya sendiri, sehingga perusahaan sebenarnya tidak perlu mengungkapkan CSR, hal itu dikarenakan perusahaan sudah mempunyai kinerja yang baik dan dengan perusahaan dengan *leverage* rendah itu sudah mempunyai nilai tambah dimata investor.

Ada beberapa rumus yang dapat digunakan dalam menghitung *leverage*, antara lain :

1. *Debt to Equity Ratio (DER)*

Debt to Equity Ratio merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya yang ditunjukkan oleh beberapa bagian dari modal sendiri atau ekuitas yang digunakan untuk membayar hutang. *Debt to Equity Ratio* merupakan perbandingan antara total hutang yang dimiliki oleh perusahaan dengan ekuitasnya. *Debt to Equity Ratio* dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Equity}}$$

2. *Debt to Total Asset (DTA)*

Debt to Total Asset menunjukkan besarnya hutang yang digunakan untuk membiayai aktiva yang digunakan oleh perusahaan dalam menjalankan aktivitas operasionalnya . *Debt to Total Asset* dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Debt to Total Asset} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Asset}}$$

3. *Long Term Debt to Equity Ratio*

Long Term Debt to Equity Ratio merupakan membandingkan sumber pembiayaan jangka panjang terhadap modal pemegang saham. *Long Term Debt to Equity Ratio* dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Long Term Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Kewajiban Jangka Panjang}}{\text{Total modal pemegang saham}}$$

Penelitian yang dilakukan oleh Fahrizqi (2010) menunjukkan bahwa rasio *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2.1.7 **Kepemilikan Saham Publik**

Untuk meningkatkan nilai perusahaan diperlukan pendanaan yang dapat diperoleh melalui pendanaan internal maupun pendanaan eksternal. Pendanaan sangat berpengaruh pada tingkat kapitalisasi modal. Tingkat kapitalisasi modal yang rendah merupakan salah satu ulasan kegagalan perusahaan. Sumber pendanaan eksternal dapat diperoleh melalui saham dari masyarakat (publik). Pemerintah perlu memberikan perhatian terhadap pengembangan pasar modal, tujuannya untuk membangun pasar modal kita yang efisien dan berdaya saing kuat. Salah satu alternatif untuk mengatasi masalah ini yaitu dengan meningkatkan proporsi kepemilikan saham oleh masyarakat (publik)

Kepemilikan saham publik (*public shareholding*) adalah proporsi kepemilikan saham yang dimiliki oleh publik/masyarakat terhadap saham perusahaan di Indonesia. Publik disini adalah individu atau institusi yang memiliki kepemilikan saham di bawah 5% yang berada di luar manajemen dan tidak memiliki hubungan istimewa dengan perusahaan (Puspitasari, 2009).

Informasi keuangan yang disampaikan manajemen, oleh para investor digunakan untuk menganalisis kinerja manajemen dan kondisi perusahaan di masa yang akan datang guna mengurangi risiko investasi. Agar publik mau melakukan investasi pada perusahaan dan percaya terhadap rendahnya risiko investasi, maka perusahaan harus menampilkan keunggulan dan eksistensi perusahaan terhadap publik. Salah satu caranya adalah mengungkapkan mengenai tanggung jawab social perusahaan (CSR). Semakin besar komposisi saham perusahaan yang dimiliki publik, maka dapat memicu melakukan pengungkapan secara luas termasuk pengungkapan CSR (Putra, 2011).

Penelitian Putra (2011) menyimpulkan bahwa kepemilikan saham publik tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*. Sedangkan secara simultan ukuran dewan komisaris, tipe perusahaan, *profitabilitas*, kepemilikan saham asing dan kepemilikan saham publik berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan .

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian Fahrizqi (2010) menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan dan *profitabilitas* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, sedangkan *leverage* dan ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian Putra (2011) menyimpulkan bahwa *profitabilitas* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR. Kepemilikan saham asing tidak berpengaruh dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Kemudian kepemilikan saham publik tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*.

Penelitian Purnasiwi (2011) menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan dan *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*. Sedangkan *profitabilitas* berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*.

Penelitian Novrianto (2012) menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan dan *profitabilitas* berpengaruh positif terhadap keluasan pengungkapan informasi sosial. Sedangkan *leverage* berpengaruh negatif terhadap keluasan pengungkapan informasi sosial.

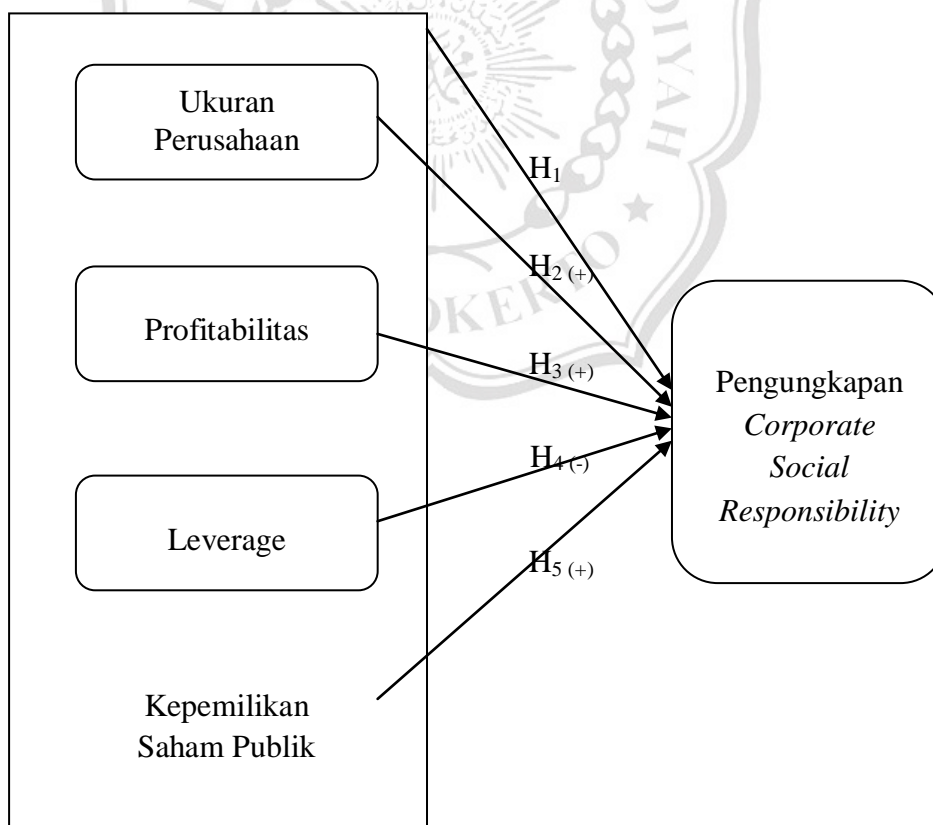
Penelitian Wijaya (2012) menyimpulkan bahwa *leverage* dan *profitabilitas* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan

ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR.

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian teoritis serta beberapa penelitian terdahulu, sehingga peneliti mengadopsi ukuran perusahaan, profitabilitas, tingkat leverage, kepemilikan saham publik sebagai variabel independen penelitian yang mempengaruhi pengungkapan CSR sebagai variabel dependen penelitian. Maka dapat dibangun kerangka pemikiran sebagai berikut :

Gambar 2.1 Model Penelitian



2.4 Perumusan Hipotesis

2.4.1 Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, tingkat *leverage*, dan kepemilikan saham publik terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Dalam teori legitimasi menjelaskan bahwa perusahaan besar yang melakukan aktivitas lebih banyak memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat sehingga pemegang saham yang punya perhatian terhadap program tanggungjawab sosial menginginkan pengungkapan yang lebih luas.

Perusahaan yang memiliki profit besar harus aktif melakukan pengungkapan CSR, dengan profitabilitas yang tinggi akan memberikan kesempatan yang lebih besar kepada manajemen dalam mengungkapkan tanggungjawab sosial. Oleh karena itu semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pengungkapan informasi sosialnya.

Sesuai dengan teori agensi manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*.

Perusahaan go public dan telah terdaftar dalam BEI adalah perusahaan-perusahaan yang memiliki proporsi kepemilikan saham oleh publik, yang artinya bahwa semua aktivitas dan keadaan perusahaan harus dilaporkan dan diketahui oleh publik sebagai salah satu bagian pemegang saham. Akan tetapi tingkat kepemilikan sahamnya berbeda-beda satu sama lain. Penelitian oleh Hasibuan (2001) dalam Eka (2011) menjelaskan

bahwa semakin tinggi kepemilikan saham publik dalam perusahaan diprediksi akan melakukan tingkat pengungkapan yang lebih luas.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₁ : ukuran perusahaan, profitabilitas, tingkat *leverage*, dan kepemilikan saham publik terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

2.4.2 Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tercermin dalam teori agensi yang menjelaskan bahwa perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar, oleh karena itu perusahaan besar akan lebih banyak mengungkapkan tanggung jawab sosial daripada perusahaan kecil.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₂ : ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

2.4.3 Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Rasio profitabilitas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (profitabilitas) pada tingkat penjualan, asset, dan modal. Ukuran keberhasilan manajemen perusahaan ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan oleh penjualan dan investasi. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₃ : profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

2.4.4 Pengaruh tingkat *leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Hubungan tingkat *leverage* terhadap pengungkapan CSR disampaikan oleh Scott dalam Fahrizqi (2010) 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

tanggung jawab sosial supaya dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₄ : tingkat *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

2.4.5 Pengaruh kepemilikan saham publik terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Semakin besar proporsi kepemilikan saham publik, semakin banyak pihak yang membutuhkan informasi tentang perusahaan, sehingga banyak pula butir-butir informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan. Suropto (1998) dalam Rahajeng (2010) menyebutkan bahwa presentase kepemilikan saham publik berpengaruh pada luas pengungkapan sukarela, alasan yang dapat dikemukakan bahwa semakin besar jumlah saham yang dimiliki masyarakat akan semakin besar informasi yang dapat diungkapkan adalah tuntutan dari publik terhadap transparansi perusahaan seluas-luasnya.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₅ : kepemilikan saham publik berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.