

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan untuk menguji pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social responsibility*, antara lain :

##### 1. Yeterina Widi Nugrahanti dan Oktania Maharani (2013)

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki hubungan antara karakteristik perusahaan dan pengungkapan *Corporate Sosial responsibility* (CSR), pengungkapan *Corporate Sosial responsibility* (CSR) dan kinerja keuangan, mekanisme karakteristik perusahaan dan pengungkapan *Corporate Sosial responsibility* (CSR), dan apakah pengungkapan *Corporate Sosial responsibility* (CSR) adalah *variabel intervening* antara karakteristik perusahaan dan kinerja keuangan. Penelitian ini menggunakan variabel ukuran perusahaan, *profile* perusahaan, *leverage*, dan umur *listing* perusahaan sebagai variabel independen. Setelah dilakukan pengujian maka menemukan adanya pengaruh signifikan antara umur *listing* perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility*. Ukuran perusahaan, *profile* perusahaan dan *leverage* tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Sosial responsibility*. Sedangkan pengungkapan *Corporate Sosial responsibility* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan/*Economic Value Added* (EVA). Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur

yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2010. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Adapun kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk tahun 2010 dan mengupload *annual report* yang telah di audit tahun 2010 dalam [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dan website perusahaan tersebut. Serta perusahaan yang memiliki data yang lengkap sesuai kebutuhan penelitian. Sehingga ditemukan 55 perusahaan sebagai sampel.

**Persamaan dalam penelitian ini:**

1. Sama-sama menggunakan variabel ukuran perusahaan (*size*), *leverage*, umur *listing* perusahaan sebagai variabel independen, dan variabel pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) sebagai variabel dependen.
2. Menggunakan metode *purposive sampling*.

**Perbedaan dalam penelitian ini:**

1. Tidak menggunakan variabel *profile* perusahaan sebagai variabel independen dan variabel kinerja keuangan sebagai variabel dependen.
2. Kurung waktu yang digunakan pada penelitian terkini adalah pada tahun 2010-2012.
3. Populasi dalam penelitian sekarang adalah perusahaan pertambangan.

**2. Ahmad Kamil dan Antonius Herusetya (2012)**

Penelitian ini meneliti pengaruh karakteristik perusahaan terhadap luasnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam pelaporan keuangan perusahaan. Karakteristik yang digunakan yaitu : Profitabilitas, Likuiditas, Solvabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel independen. Pengungkapan

kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) digunakan sebagai variabel dependen. Penelitian ini menggunakan sampel 82 *firm years* dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2008-2009 dan menggunakan regresi berganda. Hasil penelitian ini bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada laporan keuangan, namun profitabilitas, likuiditas, dan solvabilitas tidak terbukti berpengaruh pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

**Persamaan dalam penelitian ini:**

Sama-sama menggunakan variabel ukuran perusahaan (*size*) sebagai variabel independen, dan variabel pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) sebagai variabel dependen.

**Perbedaan dalam penelitian ini:**

1. Tidak menggunakan variabel likuiditas dan solvabilitas sebagai variabel independen. Namun menggunakan variabel profitabilitas sebagai variabel dependen.
2. Kurung waktu yang digunakan pada penelitian terkini adalah pada tahun 2010-2012.
3. Populasi dalam penelitian sekarang adalah perusahaan pertambangan.

**3. Evi Mutia, Zuraida, dan Andriani (2011)**

Penelitian ini menguji dan menganalisis tentang pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Karakteristik yang digunakan penelitian ini yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, dan ukuran dewan komisaris sebagai variabel independen.

Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) sebagai variabel dependen. Sampel yang digunakan adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2006-2008, perusahaan tercatat di BEI adalah sebanyak 54 amatan. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*, dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Hasil Bahwa (1) ukuran perusahaan, profitabilitas dan ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR). (2) profitabilitas belum memberikan hasil yang signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR). (3) Ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR).

**Persamaan dalam penelitian ini:**

Sama-sama menggunakan variabel ukuran perusahaan sebagai variabel independen. Dan variabel pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) sebagai variabel dependen.

**Perbedaan dalam penelitian ini:**

1. Tidak menggunakan variabel ukuran dewan komisaris sebagai variabel independen dan menggunakan variabel profitabilitas sebagai variabel dependen
2. Kurung waktu yang digunakan pada penelitian terkini adalah pada tahun 2010-2012.
3. Populasi dalam penelitian sekarang adalah perusahaan pertambangan.

#### **4. Andi Kartika (2010)**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur di BEI. Penelitian ini menggunakan variabel ukuran perusahaan, tipe industri, profitabilitas, basis perusahaan, dan likuiditas. Penelitian ini menemukan bahwa variabel ukuran perusahaan dan tipe industri berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan profitabilitas, basis perusahaan dan likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Populasi dan penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2006 sampai dengan 2008. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria, annual report tersedia tahun 2006-2008, perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial berturut-turut tahun 2006-2008. Sampel terpilih sebanyak 145 perusahaan.

##### **Persamaan dalam penelitian ini:**

1. Sama-sama menggunakan variabel pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR sebagai variabel dependen, dan variabel ukuran perusahaan sebagai variabel independen.
2. Menggunakan metode *purposive sampling*.

##### **Perbedaan dalam penelitian ini:**

1. Tidak menggunakan variabel Basis perusahaan, dan likuiditas sebagai variabel independen dan menggunakan variabel profitabilitas sebagai variabel dependen.
2. Kurung waktu yang digunakan pada penelitian terkini adalah pada tahun 2010-2012.

3. Populasi dalam penelitian sekarang adalah perusahaan pertambangan.

**5. Rita Yuliana, Bambang Purnomosidhi, dan Eko Ganis S. (2008)**

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi terhadap perkembangan teori dengan memperkuat sintesis bahwa penerapan CSR merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi reaksi pasar. Penelitian menggunakan variabel ukuran perusahaan, *profile* perusahaan, ukuran dewan komisaris, konsentrasi kepemilikan dan luas pengungkapan CSR. Penelitian tersebut menemukan bahwa *profile* perusahaan berpengaruh positif terhadap tingkat keluasan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, sedangkan ukuran perusahaan, profitabilitas, pengaruh ukuran dewan komisaris dan konsentrasi kepemilikan berpengaruh negatif terhadap tingkat keluasan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2006.

**Persamaan dalam penelitian ini:**

1. Sama-sama menggunakan variabel ukuran perusahaan untuk variabel Independen. Variabel pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) sebagai variabel dependen.
2. Menggunakan metode *purposive sampling*.

**Perbedaan dalam penelitian ini:**

1. Tidak menggunakan variabel *profile* perusahaan, ukuran dewan komisaris, konsentrasi kepemilikan sebagai variabel independen, serta tidak menggunakan variabel reaksi investoer sebagai variabel dependen. Namun, menggunakan variabel profitabilitas sebagai variabel dependen.

2. Kurung waktu yang digunakan pada penelitian terkini adalah pada tahun 2010-2012.
3. Populasi dalam penelitian sekarang adalah perusahaan pertambangan.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

<b>Penelitian terdahulu</b>	<b>Variabel</b>	<b>Hasil</b>
Yeterina Widi Nugrahanti dan Oktania Maharani (2013)	<b>Variabel dependen :</b> Pengungkapan CSR dan Kinerja keuangan <b>Variabel independen :</b> Ukuran perusahaan, <i>Profil</i> perusahaan, <i>Leverage</i> , Umur perusahaan dan Pengungkapan CSR	Hasil dari penelitian ini adalah : Umur perusahaan berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan <i>Corporate Social</i>
Ahmad Kamil dan Antonius Herusetya (2012)	<b>Variabel dependen :</b> Pengungkapan <i>Corporate</i> <i>Social Responsibility</i> (CSR) <b>Variabel independen :</b> Profitabilitas, Likuiditas, Solvabilitas, Ukuran Perusahaan	Hasil dari penelitian ini adalah : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan <i>Corporate Social</i> <i>Responsibility</i>
Evi Mutia, Zuraida, dan Andriani (2011)	<b>Variabel dependen :</b> Pengungkapan <i>Corporate</i> <i>Social Responsibility</i> (CSR) <b>Variabel independen :</b> Ukuran, Perusahaan, Profitabilitas, Ukuran Dewan, Komisaris	Hasil dari penelitian ini adalah : 1. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan <i>Corporate Social</i> <i>Responsibility</i> 2. profitabilitas berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan <i>Corporate</i> <i>Social Responsibility</i> 3. Ukuran dewan komisaris memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan <i>Corporate Social</i> <i>Responsibility</i>

Andi Kartika (2010)	<p><b>Variabel dependen :</b> Pengungkapan pertanggung jawaban sosial</p> <p><b>Variabel independen :</b> Ukuran perusahaan (<i>Size</i>), Profitabilitas, Basis perusahaan, Tipe perusahaan, Likuiditas</p>	<p>Hasil dari penelitian ini adalah :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></li> <li>2. Tipe perusahaan berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></li> </ol>
Rita Yuliana, Bambang Purnomosidhi, dan Eko Ganis Sukoharsono (2008)	<p><b>Variabel dependen :</b> Luas pengungkapan CSR</p> <p><b>Variabel independen :</b> Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, <i>Profile</i> Perusahaan, Ukuran dewan komisaris, Konsentrasi kepemilikan</p>	<p>Hasil dari penelitian ini adalah : <i>Profile</i> perusahaan berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p>

Sumber : Berbagai Jurnal

## 2.2 Landasan Teori

Teori-teori yang digunakan untuk memberikan penjelasan mengenai penelitian ini antara lain :

### 2.2.1 *Teori Stakeholder*

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan telah mulai dikenal sejak awal 1970an, yang secara umum dikenal dengan *stakeholder theory* artinya sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan berkelanjutan.

*Stakeholder theory* dimulai dengan asumsi bahwa nilai (*value*) secara eksplisit dan tidak dipungkiri merupakan bagian dari kegiatan usaha. Remy Dyah (2012) mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk



kepentingan sendiri, namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya* (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analisis dan pihak lain), dengan demikian keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut.

Menurut Deegan (2004) dalam Ihyaul Ulum (2009 : 5) teori *stakeholder* adalah sebuah teori yang menyatakan bahwa teori *stakeholder* memiliki hak untuk disediakan informasi tentang bagaimana aktivitas organisasi mempengaruhi mereka, bahkan ketika mereka memilih untuk tidak menggunakan informasi tersebut dan bahkan ketika mereka tidak dapat secara langsung memainkan peran yang konstruktif dalam kelangsungan hidup organisasi.

Tujuan utama dari teori *stakeholder* adalah untuk membantu manajer korporasi mengerti lingkungan *stakeholder* mereka dan melakukan pengelolaan dengan lebih efektif di antara keberadaan hubungan-hubungan di lingkungan perusahaan mereka. Namun, tujuan yang lebih luas dari teori *stakeholder* adalah untuk menolong manajer korporasi dalam meningkatkan nilai dari dampak aktifitas-aktifitas mereka, dan meminimalkan kerugian-kerugian bagi *stakeholder*. Pada kenyataannya, inti keseluruhan teori *stakeholder* terletak pada apa yang akan terjadi ketika korporasi dan *stakeholder* terletak pada apa yang akan terjadi ketika korporasi dan *stakeholder* menjalankan hubungan mereka (Ihyaul Ulum, 2009 : 5).

Teori *stakeholder* umumnya berkaitan dengan cara-cara yang digunakan perusahaan untuk mengantar *stakeholdernya*. Cara-cara yang dilakukan perusahaan untuk mengantar *stakeholdernya* tergantung pada strategi yang diadopsi perusahaan. Perusahaan dapat mengadopsi strategi aktif atau pasif. Strategi aktif yaitu perusahaan

yang berusaha mempengaruhi hubungan perusahaan dengan *stakeholder* dipandang berpengaruh atau penting. Perusahaan yang mengadopsi strategi pasif yaitu perusahaan yang cenderung tidak terusa menerus memonitor aktivitas *stakeholder* dan secara sengaja tidak mencari strategi optimal untuk menarik perhatian *stakeholder*. Akibat dari kurangnya perhatian terhadap *stakeholder* adalah rendahnya tingkat pengungkapan informasi sosial dan rendahnya kinerja sosial dalam perusahaan.

### **2.2.2 Keterkaitan *Corporate Social Responsibility* dengan Teori *Stakeholder***

Tanggung jawab sosial perusahaan seharusnya tidak berfokus untuk memaksimalkan laba bagi perusahaan, melainkan untuk memaksimalkan laba bagi para pemegang saham (*shareholder*), selain pemegang saham ada pihak lain yang harus diperhatikan dalam proses operasional bisnisnya yaitu seluruh *stakeholder*. *Stakeholder* yaitu semua pihak yang mempunyai keterkaitan atau klaim perusahaan. Pemegang saham mempunyai hak terhadap tindakan-tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan, *stakeholder* juga mempunyai hak terhadap perusahaan.

*Corporate Social Responsibility* merupakan strategi perusahaan untuk memuaskan keinginan para *stakeholder*, semakin baik pengungkapan *Corporate Social Responsibility* oleh perusahaan maka *stakeholder* akan semakin puas dan akan memberikan dukungan kepada perusahaan atas segala aktivitasnya yang bertujuan untuk menaikkan kinerja dan mencapai laba.

### **2.2.3 Definisi dan Perkembangan Konsep *Corporate Social Responsibility***

Menurut Ismail Solihin (2009 : 1) H.R. Bowen berpendapat bahwa para pelaku bisnis memiliki kewajiban untuk mengupayakan suatu kebijakan serta

membuat keputusan atau melaksanakan berbagai tindakan yang sesuai dengan tujuan dan nilai-nilai masyarakat (Wartick dan Cochran, 1985). Pendapat Bowen tersebut telah memberikan kerangka dasar bagi pengembangan konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR). Selain itu Bowen juga menekankan bahwa kewajiban atau tanggung jawab sosial dari perusahaan bersandar kepada keselarasan dengan tujuan (*objectives*) dan nilai-nilai (*values*) dari suatu masyarakat. Kedua hal ini merupakan premis dasar tanggung jawab sosial perusahaan.

*Corporate Social Responsibility* (CSR) berhubungan erat dengan dengan *sustainability development* atau pembangunan berkelanjutan yang didefinisikan oleh Brundtland Commission dalam Ismail Solihin (2009 : 26) yaitu pembangunan berkelanjutan adalah pembangunan yang dapat memenuhi kebutuhan manusia saat ini tanpa pengorbanan kemampuan generasi yang akan datang dalam memenuhi kebutuhan mereka. Konsep *sustainability development* mengandung dua ide utama didalamnya yang meliputi :

- a. Untuk melindungi lingkungan, dibutuhkan pembangunan ekonomi. Kemiskinan merupakan suatu penyebab penurunan kualitas lingkungan. Masyarakat yang kekurangan pangan, perumahan, dan kebutuhan dasar untuk hidup cenderung menyalahgunakan sumber daya alam hanya untuk tujuan bertahan hidup. Oleh karena itu, perlindungan terhadap lingkungan hidup membutuhkan standar hidup yang memadai untuk seluruh masyarakat dunia.
- b. Kendati demikian, pembangunan ekonomi harus memerhatikan keberlanjutan, yakni dengan cara melindungi sumber daya yang dimiliki

bumi bagi generasi mendatang. Pertumbuhan ekonomi tidak bisa dibenarkan dengan merusak hutan, lahan pertanian, air dan udara di mana semua sumber daya tersebut sangat dibutuhkan untuk mendukung kehidupan manusia di planet ini. Kita harus menjadi penghuni bumi ini dengan sebaik mungkin (Preston *et.al* dalam Ismail Solihin, 2009 : 27)

Konsep *sustainability development* memberikan dampak besar kepada perkembangan konsep CSR selanjutnya. Sebagai contoh *The Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD) merumuskan CSR sebagai, “*business’s contribution to sustainable development and that corporate bahaviormust not only ensure returns to shareholders, wages to employees, and products and services to consumers, but they must respond to societal and environmenyal concern and value*” (“kontribusi bisnis bagi pembangunan berkelanjutan serta adanya perilaku korporasi yang tidak semata-mata menjamin adanya pengembalian bagi para pemegang saham, upah bagi para karyawan, dan pembuatan produk serta jasa bagi para pelanggan, melainkan perusahaan bisnis juga memberi perhatian terhadap berbagai hal yang dianggap penting serta nilai-nilai masyarakat.”). Pada tahun 2000, OECD melakukan revisi terhadap *The Guidelines for Multinational Enterprise*, yang kemudian digunakan oleh negara-negara yang tergabung dalam OECD. Jika dikaitkan dengan pelaksanaan aktivitas CSR, pedoman tersebut bertujuan untuk mendorong transparansi dan akuntabilitas perusahaan terutama bagi yang menyangkut bidang-bidang (1) pengungkapan informasi yang material (2) hubungan ketenagakerjaan dan industrial (3) manajemen lingkungan hidup (4) penyusunan (5) kompetisi (6) kepentingan pelanggan (7) penyebaran ilmu

pengetahuan dan teknologi (8) perpajakan. Selain itu *The Green Paper* membagi CSR yang dilakukan perusahaan kedalam dua kategori, yaitu :

- a. *Internal dimension of CSR*, mencakup manajemen sumber daya manusia, kesehatan dan keselamatan kerja, adaptasi terhadap perubahan dan pengelolaan dampak lingkungan, serta sumber daya alam.
- b. *External dimension of CSR*, mencakup pemberdayaan komunitas lokal, partner usaha yang mencakup para pemasok dan konsumen, hak asasi manusia, dan permasalahan lingkungan global. Organisasi ini mengajukan pendekatan secara holistik terhadap CSR, yang didalamnya mencakup hal-hal sebagai berikut : (1) *social responsibility integrated management* (2) *social responsibility reporting and auditing* (3) *quality in work* (4) *social and eco label* (5) *socially responsible investment*.

Sebagai adopsi atas konsep *sustainable development*, saat ini perusahaan secara sukarela menyusun laporan setiap tahun yang dikenal dengan *sustainable report* atau beberapa perusahaan (misalnya Microsoft) menggunakan nama *corporate citizenship report*. Laporan tersebut menguraikan dampak organisasi perusahaan terhadap tiga aspek, yakni dampak operasi perusahaan terhadap ekonomi, sosial dan lingkungan. Salah satu model awal penyusunan laporan adalah dengan mengadopsi metode akuntansi baru yang dinamakan *triple bottom line* yang merupakan perluasan konsep akuntansi tradisional yang memuat *bottom line* tunggal yaitu hasil-hasil keuangan dari aktivitas ekonomi perusahaan (Ismail Solihin, 2009 : 30).

*Global Reporting Initiative* (GRI) adalah sebuah kerangka pelaporan untuk membuat *sustainability report* yang terdiri atas prinsip-prinsip pelaporan,

pengungkapan standar, dan panduan penerapan untuk penyusunan laporan berkelanjutan oleh organisasi, sektor, atau lokasi (Global Reporting Initiative Versi 3.1, 2012). Pedoman GRI versi 3.1 adalah pelaporan berkelanjutan yang dikeluarkan oleh GRI dengan Versi 3.1 ini juga menyediakan referensi internasional untuk semua pihak yang terlibat dengan pengungkapan pendekatan tata kelola serta kinerja dan dampaknya terhadap lingkungan, sosial, dan ekonomi perusahaan. Pedoman GRI Versi 3.1 dikembangkan melalui proses yang melibatkan pemangku kepentingan global dari perwakilan dari bisnis, tenaga kerja, masyarakat sipil, dan pasar keuangan, serta auditor dan pakar di berbagai bidang, dan melalui rapat bersama regulator dan lembaga pemerintah di beberapa negara.

Prinsip pelaporan dalam GRI Versi 3.1 berperan penting untuk mencapai transparansi pelaporan berkelanjutan dan oleh karenanya harus diterapkan oleh semua organisasi ketika menyusun laporan berkelanjutan. Panduan penerapan menjelaskan proses wajib yang harus diikuti oleh sebuah organisasi dalam pengambilan keputusan agar sesuai dengan prinsip-prinsip pelaporan. Prinsip-prinsip tersebut dibagi menjadi dua kelompok yaitu prinsip-prinsip untuk menentukan konten laporan dan prinsip-prinsip untuk menentukan kualitas laporan. Prinsip-prinsip untuk menentukan konten laporan menjelaskan proses yang harus diterapkan untuk mengidentifikasi apa konten laporan yang harus dibahas dengan mempertimbangkan aktivitas, dampak, dan harapan serta kepentingan yang substantif dari para pemangku kepentingan. Prinsip-prinsip untuk menentukan kualitas laporan memberikan arahan berupa pilihan-pilihan untuk memastikan kualitas informasi dalam laporan berkelanjutan, termasuk penyajian yang tepat.

Kualitas informasi adalah hal yang penting untuk memungkinkan para pemangku kepentingan dapat membuat asesmen kinerja yang masuk akal serta mengambil tindakan yang tepat (Global Reporting Initiative Versi 3.1, 2012).

GRI Versi 3.1 terdiri dari tiga fokus pengungkapan, yaitu ekonomi, lingkungan dan sosial sebagai dasar *sustainability reporting*. Standar dalam GRI Versi 3.1 berisi beberapa indikator yaitu :

1. Indikator kinerja ekonomi
2. Indikator kinerja lingkungan
3. Indikator kinerja tenaga kerja
4. Indikator kinerja hak asasi manusia
5. Indikator kinerja sosial
6. Indikator kinerja tanggung jawab atas produk

Indikator-indikator CSR tersebut akan dinilai dengan menggunakan variabel dummy. Cara pemberian kode dummy umumnya menggunakan kategori penilaian yang dinyatakan dengan angka satu atau nol. Kelompok yang diberi nilai dummy nol disebut *excluded group*, sedangkan kelompok yang diberi nilai dummy satu disebut *included group* (Imam Ghozali, 2013 : 178)

Pendekatan ini pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya, skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor dalam setiap perusahaan. Rumus perhitungan (*Corporate Social Responsibility Disclosure Index*) CSRDI adalah sebagai berikut :

$$CSR_{it} = \frac{\sum X_{it}}{n_i}$$

Dimana :

$CSR_{it}$  : CSR index perusahaan pada periode t

$n_i$  : Jumlah item CSR yang berjumlah 81 item

$\sum X_{it}$  : Jumlah item CSR yang diungkapkan perusahaan

### 2.2.5 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang dan sebagainya (Sofyan, 2011). Profitabilitas dapat dilihat di laporan keuangan yang terdiri di neraca dan laba rugi. *Return on Asset* merupakan alat analisis keuangan untuk mengukur profitabilitas. Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat penjualan, aset dan ekuitas. Jika semakin tinggi tingkat pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan maka semakin tinggi profitabilitas, karena pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan yang tinggi dapat menarik *stakeholder* dalam menanamkan modal. Jika perusahaan yang memiliki pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang semakin tinggi. (Ahmad dan Antonius, 2012). Tingkat profitabilitas diukur dengan rasio *Return On Asset* (ROA), yang dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$



### **2.2.6 Ukuran Perusahaan (*Size*)**

Ukuran perusahaan (*Size*) merupakan variabel yang penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan. Menurut Jogiyanto (2008), ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan ukuran aktiva. Perusahaan yang memiliki ukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibanding dengan perusahaan yang berukuran lebih kecil. Perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan (Sembiring, 2003). Perusahaan besar memiliki total aset lebih tinggi dari perusahaan kecil. Perusahaan dengan aset yang tinggi cenderung mengungkapkan CSR lebih banyak karena perusahaan memiliki aset yang besar sehingga dapat membiayai aktivitas sosialnya lebih banyak dan berdampak pada semakin banyaknya pengungkapan CSR perusahaan (Sembiring, 2005). Menurut Ahmad Kamil dan Antonius Herustya (2012) variabel yang banyak menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan, ukuran perusahaan dapat diukur dengan menggunakan logaritma natural dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan.

### **2.2.7 Leverage**

*Leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. 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. Short *et*

*al.*, (1999) dalam Nur Sayidah dan Diyah Pujiati (2008) menyatakan selain dana dari pemegang saham, manajer perusahaan juga mengelola dana dari kreditur baik yang berasal dari *bondholder*, perbankan atau pihak lain. Konflik kepentingan antara manajer dan kreditur terjadi dalam hal kebijakan utang. Penerapan *good corporate governance* diharapkan dapat meminimalisasi konflik antara pihak-pihak yang berkepentingan dalam perusahaan. Menurut Belkaoui dan Karpik (1989) dalam Yeterina dan Oktania (2013) 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 *debt holders*. Perusahaan yang baik mestinya memiliki komposisi modal yang lebih besar dari hutang, yang dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Leverage} = \frac{\text{Total Liabilitas}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

### 2.2.8 Umur *Listing* Perusahaan

Umur perusahaan mengindikasikan berapa lama perusahaan tersebut mulai masuk di Bursa Efek Indonesia (BEI). Semakin lama perusahaan *listing* di Bursa Efek Indonesia, maka semakin banyak informasi yang diperoleh masyarakat tentang perusahaan tersebut.

Yeterina dan Oktania (2013) menunjukkan umur *listing* perusahaan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengatasi kesulitan dan hambatan

yang dapat mengancam kehidupan perusahaan, serta menunjukkan kemampuan perusahaan mengambil kesempatan dalam lingkungannya untuk mengembangkan usaha. Perusahaan yang berumur lebih tua lebih memahami informasi-informasi apa saja yang sebaiknya diungkapkan dalam laporan tahunan karena perusahaan tersebut telah mempunyai banyak pengalaman dan dapat mengetahui kondisi pasar dibanding perusahaan yang baru berdiri.

### **2.2.9 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility***

Perusahaan yang memiliki ukuran tinggi, maka perusahaan memiliki dampak yang besar terhadap lingkungan, baik dalam pemanfaatan sumber bahan baku, sumber energi, maupun pengolahan limbah berbahaya dibandingkan yang memiliki ukuran perusahaan yang rendah. Perusahaan besar memiliki sumber daya yang lebih memadai, sehingga memungkinkan untuk memberikan informasi pengungkapan CSR yang relevan bagi *stakeholder* dalam jumlah yang lebih banyak dan luas dibandingkan dengan perusahaan kecil. Menurut Ahmad Kamil dan Antonius Herusetya (2012) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang tinggi akan berdampak tinggi pada pengungkapan kegiatan CSR.

### **2.2.10 Pengaruh *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility***

Tingkat *leverage* adalah tingkat hutang yang dimiliki suatu perusahaan. Apabila perusahaan memiliki tingkat *leverage* yang tinggi maka sangat besar kemungkinan perusahaan akan berusaha untuk membuat laba terlihat lebih tinggi untuk menutupi informasi jumlah hutang yang tinggi (Yeterina dan Oktania, 2013). *Leverage* berkaitan dengan bagaimana perusahaan didanai, lebih banyak menggunakan utang atau modal yang berasal dari pemegang saham. Semakin tinggi tingkat *leverage*

perusahaan, maka akan semakin besar pula *agency cost* hal ini terkait biaya-biaya yang dikeluarkan kreditur sebagai pengawasan terhadap perusahaan dengan mempunyai tingkat utang tinggi (*leverage*), mampukah perusahaan tersebut melunasi hutangnya sehingga mendorong kreditur meningkatkan biaya agensinya.

### **2.2.11 Pengaruh Umur *Listing* Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility***

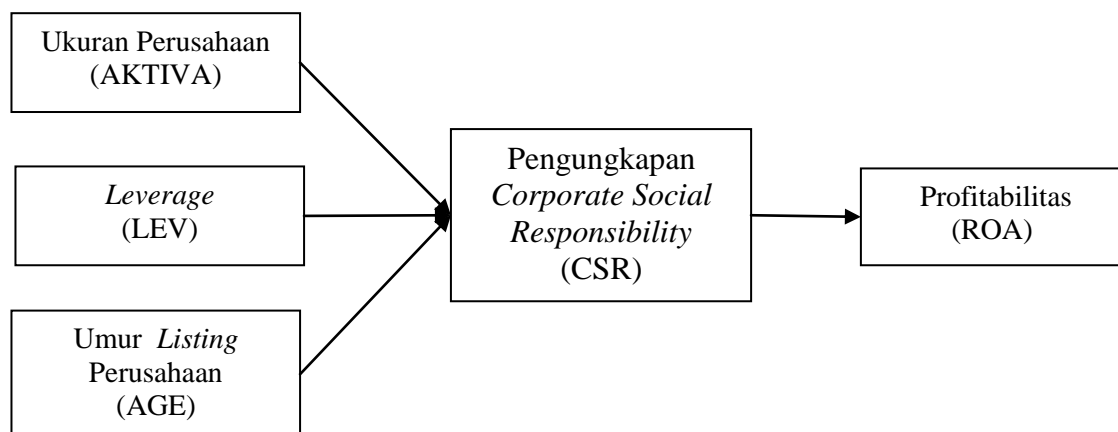
Umur *listing* perusahaan mencerminkan kemampuan suatu perusahaan dalam mengatasi kesulitan yang mengancam kondisi perusahaan, serta menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengambil kesempatan dalam lingkungannya untuk mengembangkan usaha. Perusahaan yang berumur lebih tua lebih memahami informasi apa saja yang harus diungkapkan dalam laporan tahunan karena perusahaan tersebut mempunyai banyak pengalaman dan dapat melihat kondisi pasar dibandingkan dengan perusahaan yang baru berdiri. Sehingga perusahaan hanya akan mengungkapkan informasi-informasi yang akan memberikan pengaruh positif terhadap perusahaan. Perusahaan yang mempunyai pengalaman yang lebih lama akan lebih memahami dan mengetahui kebutuhan investor mengenai informasi tentang perusahaan termasuk informasi kegiatan CSR (Yeterina dan Oktania, 2013).

### **2.2.12 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas**

Profitabilitas diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau profit dalam upaya meningkatkan nilai para pemegang saham perusahaan. Berbagai informasi tanggung jawab sosial perusahaan akan mempengaruhi tindakan para *stakeholder*. Perusahaan yang melakukan kegiatan CSR dengan mempertimbangkan kebutuhan karyawannya akan memotivasi karyawan untuk

bekerja lebih giat bagi perusahaan sehingga efisiensi dapat meningkat. Perusahaan yang melakukan kegiatan CSR dengan menjaga kualitas produk dan keamanannya akan meningkatkan loyalitas konsumen, sehingga dapat meningkatkan penjualan. Sehingga kegiatan dan pengungkapan CSR akan meningkatkan laba perusahaan (Yeterina dan Oktania, 2013).

### 2.3 Kerangka Pemikiran



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**

### 2.4 Hipotesis Penelitian

H<sub>1</sub> : Ukuran Perusahaan (*Size*) berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

H<sub>2</sub> : *Leverage* berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

H<sub>3</sub> : Umur *Listing* Perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

H<sub>4</sub> : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap ROA (*Return On Asset*).