

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Pemangku Kepentingan (*Stakeholder Theory*)

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan merupakan entitas yang tidak hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun juga harus memperhatikan kepentingan para *stakeholder*-nya (pemegang saham kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain) (Ghozali dan Chariri 2007).

Teori *stakeholder* adalah sistem yang secara eksplisit berbasis pada pandangan tentang suatu organisasi dan lingkungan yang saling mempengaruhi antara keduanya dengan kompleks dan dinamis. *Stakeholder* dan organisasi saling mempengaruhi, hal ini dapat dilihat dari hubungan sosial keduanya yang berbentuk responsibilitas dan akuntabilitas. Oleh karena itu organisasi memiliki akuntabilitas terhadap *stakeholdersnya* (Nur dan Priantinah, 2012).

Keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder*-nya. Dalam menjaga hubungan dengan *stakeholder*-nya, perusahaan harus memperhatikan keinginan dan kebutuhan *stakeholder*-nya, terutama *stakeholder* yang mempunyai *power* terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan, misalnya tenaga kerja, pasar atas produk perusahaan dan lain-lain. Salah satu strategi perusahaan untuk

menjaga hubungan dengan para *stakeholder*-nya adalah dengan pengungkapan *corporate social responsibility*.

2. Teori Pensinyalan (*Signalling Theory*)

Teori pensinyalan merupakan teori yang menjelaskan bagaimana perusahaan memberikan sinyal-sinyal keberhasilan atau kegagalan manajemen dalam laporan keuangan kepada pihak eksternal (Agustini,2011). Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dengan pihak eksternal (investor dan kreditor). Asimetri informasi terjadi ketika pihak internal mengetahui lebih banyak informasi mengenai perusahaan dibandingkan dengan pihak eksternal. Guna mengurangi asimetri informasi, perusahaan harus mengungkapkan informasi yang dimiliki, baik informasi keuangan maupun informasi non keuangan. Salah satu informasi yang wajib diungkapkan adalah informasi mengenai tanggung jawab social perusahaan atau *Corporate Sosial Responsibility*. Informasi ini merupakan sinyal perusahaan untuk mengkomunikasikan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Perusahaan melakukan pengungkapan CSR dengan harapan dapat meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan.

3. Corporate Social Responsibility (CSR)

Pada saat ini definisi mengenai *corporate social responsibility* sangatlah beragam. Banyak beberapa ahli yang mendefinisikan CSR, namun tidak satupun dari mereka yang diterima secara universal. Karena,

pandangan setiap orang mengenai CSR berbeda-beda. Meskipun sebenarnya beragam definisi tersebut memiliki inti yang sama. Menurut Anggraini (2006) Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah mekanisme bagi suatu organisasi yang secara sukarela memberikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial atas operasinya dan interaksinya dengan *stakeholder*, yang lebih dari tanggung jawab organisasi dalam bidang hukum.

Corporate social responsibility merupakan salah satu bentuk tanggung jawab sosial yang diberikan perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan nilai komersial perusahaan dengan tanpa meninggalkan nilai etika terhadap lingkungan dan masyarakat yang berdasar pada 3-P yaitu ekonomi, ekologi dan sosial (Putri dan Christiawan, 2014).

4. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan laporan aktivitas tanggung jawab sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan yang berkaitan dengan perhatian masalah dampak sosial dan lingkungan. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility disclosure*) diantaranya meliputi produk, lingkungan fisik, sumberdaya manusia, energi dan keterlibatan masyarakat. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility disclosure* merupakan pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dalam kegiatan ekonomi suatu organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan masyarakat secara keseluruhan (*stakeholder*).

Pengungkapan *corporate social responsibility* dalam laporan keuangan disebut dengan *sustainability reporting*. *Sustainability reporting* merupakan pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja perusahaan.

5. Profitabilitas

Profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang dapat diukur dengan perbandingan antara total penjualan dikurang harga pokok penjualan dengan total penjualan (*gross profit margin ratio*). Profitabilitas merupakan salah satu faktor dimana manajemen bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungannya dalam laporan tahunan. Semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan, maka perusahaan tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang suksesnya keuangan tersebut. Sebaliknya semakin rendah profitabilitas perusahaan, maka pengguna laporan diharapkan membaca *good news* kinerja perusahaan (Zulfi, 2014).

Dalam mengukur profitabilitas perusahaan alat ukur yang digunakan adalah *Return On Asset* (ROA). ROA merupakan suatu indikator keuangan yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atas total aset yang dimiliki perusahaan. Semakin besar rasio ini, maka laba perusahaan yang dihasilkan semakin tinggi.

Karina dan Yuyetta (2013) mengatakan bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi, perusahaan menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal mengenai informasi keuangan tersebut. Sebaliknya ketika tingkat profitabilitas yang rendah perusahaan berharap pengguna laporan akan membaca —*good news* kinerja perusahaan.

6. Ukuran Perusahaan (*Size*)

Ukuran perusahaan merupakan skala yang digunakan untuk menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Untuk menentukan besar kecilnya suatu perusahaan dapat dilihat dari total aktiva yang dimiliki perusahaan. Skala ukuran perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan tahunan perusahaan. Perusahaan besar lebih banyak mengungkapkan informasi daripada perusahaan kecil. Hal ini karena resiko politis yang dihadapi perusahaan besar lebih besar daripada perusahaan kecil (Kurnianingsih, 2013). Semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin luas pengungkapan informasi yang disajikan karena masyarakat akan mengawasi kegiatan atau aktivitas perusahaan (Hastuti, 2014).

7. Kepemilikan Saham Publik

Kepemilikan saham publik adalah jumlah saham yang dimiliki oleh publik atau masyarakat. Publik disini diartikan sebagai individu diluar manajemen dan tidak ada hubungan istimewa dengan perusahaan. Semakin besar saham yang dimiliki oleh publik, maka semakin banyak

informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan. Investor ingin memperoleh informasi yang luas mengenai tempat untuk berinvestasi serta dapat mengetahui kegiatan apa saja yang dilakukan oleh perusahaan, sehingga kepentingan dalam perusahaan terpenuhi (Rahajeng, 2010).

Perusahaan dengan kepemilikan saham publik yang besar pada umumnya mengindikasikan kemampuannya untuk memonitor manajemen. Semakin besar kepemilikan saham publik maka pemanfaatan aktiva menjadi efisien sehingga mencegah terjadinya pemborosan oleh manajemen.

Perusahaan yang sahamnya dimiliki oleh publik akan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih besar daripada perusahaan yang sahamnya tidak dikuasai oleh publik. Perusahaan yang sudah lama berdiri akan memiliki tanggung jawab sosial yang semakin besar, karena semakin tingginya kepercayaan investor dan masyarakat. Akibatnya, perusahaan harus memberikan informasi yang seluas-luasnya kepada investor dan masyarakat berupa laporan keuangan maupun berupa pengungkapan tanggung jawab sosial.

8. Likuiditas

Likuiditas merupakan rasio untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam mendanai operasional perusahaan serta kewajiban jangka pendeknya. Menurut Putri dan Christiawan (2014) rasio likuiditas bertujuan untuk menaksir kemampuan keuangan perusahaan dalam

memenuhi kewajiban jangka pendek dan komitmen pembayaran keuangannya. Rasio ini digunakan sebagai gambaran mengenai pengaruh ketersediaan dana perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Rasio likuiditas mencerminkan kesehatan suatu perusahaan. Kesehatan perusahaan yang ditunjukkan dengan likuiditas yang tinggi, kemungkinan akan lebih banyak mengungkapkan informasi CSR dibandingkan dengan perusahaan yang likuiditasnya rendah.

Rasio likuiditas dapat diukur menggunakan rasio lancar (*Current Ratio/CR*). Current rasio merupakan rasio antara asset lancar dengan hutang lancar. Likuiditas merupakan indikator mengenai kemampuan entitas untuk membayar semua kewajiban jangka pendeknya pada saat jatuh tempo dengan menggunakan asset lancar yang tersedia.

Perusahaan dengan likuiditas yang tinggi akan memberikan informasi kepada perusahaan lain, bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain, dengan cara melakukan kegiatan yang berhubungan dengan lingkungan social. Informasi tersebut dilakukan dengan cara mengungkapkan kegiatan tanggung jawab social dan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan. Semakin tinggi likuiditas suatu perusahaan, semakin baik bagi investor. Perusahaan akan diminati oleh investor adalah perusahaan yang mempunyai rasio likuiditas yang cukup tinggi untuk standar perusahaan sejenis.

B. Penelitian Terdahulu dan Pengembangan Hipotesis

1. Profitabilitas dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan para eksekutif perusahaan dalam menciptakan keuntungan dalam bentuk laba perusahaan maupun nilai ekonomis atas penjualan, aset bersih perusahaan, maupun modal sendiri (*shareholders equity*) (Sari, 2012 dalam Kristi, 2013).

Karina dan Yuyetta (2013) mengatakan bahwa dengan kepeduliannya terhadap masyarakat (sosial) menghendaki manajemen untuk membuat perusahaan menjadi *profitable*. Pernyataan tersebut berhubungan dengan teori stakeholder, dimana perusahaan memiliki tanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan informasi para stakeholdernya demi mempertahankan dukungan mereka. Semakin tinggi tingkat profitabilitas, semakin lengkap pula informasi yang diberikan oleh manajer untuk meyakinkan investor mengenai profitabilitas perusahaan.

Hubungan profitabilitas dengan pengungkapan CSR merupakan refleksi yang menunjukkan perlunya respon sosial untuk membuat perusahaan memperoleh keuntungan. Dengan begitu pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan dipercaya sebagai pendekatan manajemen untuk mengurangi tekanan sosial dan merespon kebutuhan masyarakat. Berdasarkan pada tujuan untuk menarik investor, perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi akan memberikan signal melalui

pengungkapan laporan keuangan yang lebih detail mengenai kondisi perusahaan.

Penelitian yang dilakukan (Susilatri dkk, 2011), dan (Karina dan Yuyetta, 2013) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab social perusahaan. Hal ini berarti semakin besar profitabilitas suatu perusahaan maka akan memicu perusahaan untuk melaporkan CSR dalam laporan tahunan perusahaan. Penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan wijaya (2012) bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab social. Penyebabnya adalah ketika perusahaan memiliki tingkat profit yang rendah, perusahaan berharap pengguna laporan akan membaca *good news* tentang kinerja perusahaan. Berdasarkan uraian dan hasil penelitian yang menunjukkan perbedaan hubungan antara kedua variabel tersebut, maka peneliti menurunkan hipotesis sabagai berikut:

H1 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

2. Ukuran Perusahaan (*Size*) dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Ukuran perusahaan dapat menentukan tingkat kepercayaan investor. Perusahaan kecil akan mengungkapkan lebih rendah kualitasnya dibanding perusahaan besar karena minimnya sumber daya dan dana yang besar dalam laporan tahunan. Alasan lainnya berhubungan dengan

teori stakeholder dimana besarnya ukuran suatu perusahaan tidak lepas dari peran masyarakat serta lingkungan. Sehingga perusahaan bertanggung jawab untuk lebih terbuka pada masyarakat serta lingkungan sekitar terutama yang dekat dengan perusahaan tersebut. Selain itu, perusahaan besar memiliki jumlah tenaga kerja yang banyak. Semakin banyak jumlah tenaga kerja dalam suatu perusahaan, maka perhatian pihak manajemen pada kepentingan tenaga kerja akan semakin besar. Perhatian manajemen terhadap tenaga kerja bertujuan untuk menjaga hubungan baik antara perusahaan dengan tenaga kerja serta dapat membantu perusahaan mengatasi hal-hal yang tidak terduga. Program mengenai tenaga kerja ini merupakan bagian dari tanggung jawab social perusahaan yang akan diungkapkan dalam laporan tahunan.

Tidak semua penelitian berhasil menunjukkan hubungan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan *corporate social responsibility*. Penelitian oleh Arthana (2013), Indraswari dan Atika (2014), Nur dan Priantinah (2012), Wijaya (2012) serta Sembiring (2005) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan penelitian oleh Zulfi (2014), Nadia (2013), Karina dan Yuyetta (2013) tidak berhasil menemukan adanya hubungan antara kedua variabel tersebut. Berdasarkan uraian dan hasil penelitian yang menunjukkan perbedaan hubungan antara kedua variabel tersebut, maka peneliti menurunkan hipotesis sabagai berikut:

H2 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

3. Kepemilikan Saham Publik dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Kepemilikan saham publik adalah jumlah saham yang dimiliki oleh publik atau masyarakat. Publik disini diartikan sebagai individu diluar manajemen dan tidak ada hubungan istimewa dengan perusahaan. Semakin besar saham yang dimiliki oleh publik, maka semakin banyak informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan. Investor ingin memperoleh informasi yang luas mengenai tempat untuk berinvestasi serta dapat mengetahui kegiatan apa saja yang dilakukan oleh perusahaan, sehingga kepentingan dalam perusahaan terpenuhi (Rahajeng, 2010). Pernyataan tersebut berhubungan dengan teori stakeholder dimana kepemilikan saham publik memiliki peran penting dalam mempengaruhi perusahaan untuk memenuhi segala kebutuhan para stakeholder termasuk kebutuhan informasi pengungkapan kegiatan sosial perusahaan. Agar publik mau melakukan investasi pada sebuah perusahaan dan percaya terhadap rendahnya resiko investasi, perusahaan harus menampilkan segala bentuk keunggulan yang dimiliki salah satunya adalah dengan pengungkapan aktivitas sosialnya. Contoh aktivitas social perusahaan yang sering dilakukan untuk meyakinkan investor yaitu dengan memberikan bantuan untuk sarana pendidikan dan kesehatan atau perbaikan infrastruktur yang dibutuhkan masyarakat

sekitar. Penerapan tanggung jawab social yang dilakukan dengan sungguh-sungguh akan memudahkan perusahaan menjalankan visi dan misinya. Melalui tanggung jawab social tersebut akan membentuk citra perusahaan di mata masyarakat maupun investor.

Tidak semua penelitian berhasil menunjukkan hubungan antara kepemilikan saham public dengan pengungkapan *corporate social responsibility*. Penelitian oleh Arthana (2013), Indraswari dan Atika (2014) menunjukkan bahwa kepemilikan saham publik berpengaruh negative terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Namun penelitian yang dilakukan oleh Nur dan Priantinah (2012) tidak menunjukkan adanya pengaruh antara kedua variabel tersebut. Berdasarkan uraian dan hasil penelitian yang menunjukkan perbedaan hubungan antara kedua variabel tersebut, maka peneliti menurunkan hipotesis sabagai berikut:

H3 : Kepemilikan saham public berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

4. Likuiditas dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Likuiditas merupakan rasio untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam mendanai operasional perusahaan serta kewajiban jangka pendeknya. Rasio ini digunakan sebagai gambaran mengenai pengaruh ketersediaan dana perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Rasio likuiditas mencerminkan kesehatan suatu perusahaan. Kesehatan perusahaan yang ditunjukkan dengan likuiditas yang tinggi,

kemungkinan akan lebih banyak mengungkapkan informasi CSR dibandingkan dengan perusahaan yang likuiditasnya rendah. Hal ini didasarkan pada kuatnya keuangan suatu perusahaan yang akan cenderung memberikan informasi lebih luas daripada perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang lemah.

Pernyataan tersebut sesuai dengan teori pensinyalan dimana perusahaan dengan likuiditas yang tinggi akan lebih banyak melakukan kegiatan yang berhubungan dengan lingkungan sosial dibanding perusahaan dengan likuiditas yang rendah, sehingga akan memberi sinyal bahwa perusahaan mereka lebih baik daripada perusahaan lain.

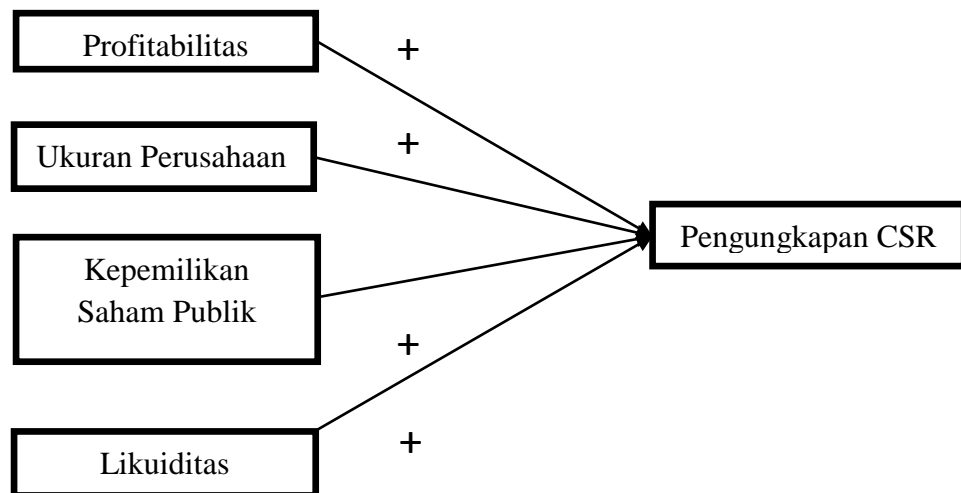
Perusahaan dengan likuiditas yang tinggi akan membentuk image yang baik dimata stakeholder-nya. Stakeholder tentunya akan semakin berpihak dan memberikan dukungannya pada perusahaan-perusahaan yang memiliki image yang semakin baik. Upaya yang dapat ditempuh perusahaan untuk memperkuat image-nya adalah melalui pengungkapan informasi CSR yang dilakukan demi mendapat dukungan dari para stakeholder-nya.

Tidak semua penelitian berhasil menunjukkan hubungan antara likuiditas dengan pengungkapan *corporate social responsibility*. Penelitian oleh Arthana (2013) menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR. Semakin besar tingkat likuiditas perusahaan belum tentu berpengaruh terhadap pengungkapan informasi CSR yang lebih luas. Namun

penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Christiawan (2014), dan Ekowati, dkk (2014) tidak menunjukkan adanya pengaruh antara kedua variabel tersebut. Berdasarkan uraian dan hasil penelitian yang menunjukkan perbedaan hubungan antara kedua variabel tersebut, maka peneliti menurunkan hipotesis sebagai berikut:

H4 : Likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

C. Model Penelitian



Gambar 1

Model Penelitian