

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Rerangka Teori dan Penurunan Hipotesis

1. Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori agensi menggambarkan hubungan antara *principal* dan *agent*. Menurut Jensen dan Meckling (1976) *principal* merupakan pihak yang memberikan tugas kepada *agent* untuk melaksanakan semua kegiatan yang ada dalam perusahaan sesuai dengan kapasitasnya sebagai pembuat keputusan. Agen harus bisa mempertanggungjawabkan dengan baik untuk mendapatkan kepercayaan dari para prinsipal. Disinilah teori agensi terjadi, yaitu adanya hubungan antara manajer dan pemegang saham. Tanggung jawab manajer dapat dilakukan dengan adanya tanggung jawab sosial yaitu kepedulian perusahaan terhadap sosial dan lingkungan sekitar.

Menurut Eisenhardt (1989) teori agensi dapat digunakan untuk menyelesaikan dua permasalahan yang terjadi, yaitu: (1) karena terdapat keinginan yang berbeda dari pihak *principal* dan *agent*; (2) karena melakukan verifikasi apa yang dilakukan *agent* itu susah dan mahal.

Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan salah satu komitmen manajemen untuk meningkatkan kinerjanya terutama dalam kinerja sosial. Dengan demikian, manajemen akan mendapatkan penilaian positif dari *stakeholders* (Wardani & Januarti, 2013).

Seringkali terjadi asimetri informasi atau ketidakseimbangan informasi diantara pemegang saham dan manajer, hal ini disebabkan karena informasi yang dimiliki oleh manajer dan pemegang saham berbeda. Informasi yang dimiliki manajer lebih banyak dibandingkan dengan informasi yang dimiliki oleh para pemegang saham. Untuk menyelaraskan hubungan antara manajer dan pemegang saham yaitu dengan menggunakan laporan perusahaan.

2. Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Teori sinyal menunjukkan adanya asimetri informasi antara manajemen dan pihak eksternal, sehingga perusahaan didorong untuk mengungkapkan informasi kepada para pihak eksternal (Rosiana, 2013). Teori sinyal dapat digunakan untuk mengurangi asimetri informasi yang muncul dari pihak pemilik perusahaan maupun luar perusahaan. Semua informasi yang bersifat keuangan ataupun non keuangan harus diungkapkan oleh perusahaan, termasuk informasi mengenai CSR karena informasi tersebut dapat berguna dalam pengambilan keputusan.

Bagi perusahaan yang telah melaksanakan praktik CSR pasti menginginkan agar masyarakat mengetahuinya, cara yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan pengungkapan. Pengungkapan CSR ini akan memberikan efek positif bagi perusahaan, karena dapat memberikan sinyal kepada masyarakat bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik di masa depan.

3. Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Teori legitimasi ini menjelaskan bahwa kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan selalu berpedoman pada aturan dan norma yang ada. Hal ini juga untuk lebih meyakinkan para *stakeholder* agar mereka tidak salah dalam mengambil keputusan. Legitimasi dapat dianggap sebagai menyamakan persepsi atau asumsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas adalah merupakan tindakan yang diinginkan, pantas ataupun sesuai dengan sistem norma, nilai, kepercayaan dan definisi yang dikembangkan secara sosial (Rawi & Muchlish, 2010).

Perusahaan bisa ada dalam suatu masyarakat karena adanya dukungan dari masyarakat itu sendiri, oleh sebab itu perilaku perusahaan dan cara yang digunakan perusahaan saat menjalankan bisnis harus berada dalam bingkai pedoman yang ditetapkan masyarakat (Wardani & Januarti, 2013). Teori legitimasi menggambarkan sebuah kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat atau lingkungan sekitar tempat perusahaan beroperasi (Rosiana dkk., 2013). Jika nilai-nilai perusahaan telah sesuai dengan nilai-nilai yang dianut masyarakat, maka perusahaan akan mudah untuk berkembang dan mempertahankan hidupnya.

Teori legitimasi menjelaskan bahwa suatu bisnis dibatasi oleh kontrak sosial, dimana suatu perusahaan setuju untuk melaksanakan aktivitas sosialnya yang bertujuan untuk memperoleh kepercayaan dari

masyarakat (Reverte, 2009). Dengan adanya kepercayaan dari masyarakat dapat membantu perusahaan untuk mencapai tujuannya, oleh karena itu perusahaan perlu menyelaraskan nilai-nilai perusahaan dengan norma yang berlaku dimasyarakat. Tujuannya agar apa yang diharapkan oleh kedua belah pihak dapat berjalan dengan baik.

4. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate Social Responsibility merupakan sebuah tanggung jawab sosial perusahaan baik terhadap kesejahteraan masyarakat maupun lingkungan (Pangestika, 2017). Menurut Kotler dan Nancy (2005) *corporate social responsibility* merupakan komitmen dari perusahaan untuk mensejahterakan komunitas dengan cara praktik bisnis yang baik dan memberikan kontribusi sumber daya perusahaan. Menurut Suharto (2005) *corporate social responsibility* merupakan kepedulian dari perusahaan untuk senantiasa membangun manusia dan lingkungan sekitar secara berkelanjutan dengan cara menyisihkan sebagian keuntungan perusahaan untuk melaksanakan pembangunan tersebut.

Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan dalam laporan yang disebut *sustainability reporting*. Menurut Priantana (2011), *sustainability reporting* merupakan laporan kebijakan sosial, ekonomi dan lingkungan, dimana kinerja organisasi dan hasilnya berpengaruh dalam pembangunan berkelanjutan.

Pengungkapan (*disclosure*) CSR oleh perusahaan, baik di laporan tahunan maupun di *website* perusahaan akan memberikan dampak baik untuk perusahaan itu sendiri (Pangestika, 2017). Karena apabila perusahaan mengungkapkan kegiatannya diharapkan akan memperoleh penilaian positif, baik dari masyarakat umum maupun pengguna laporan keuangan.

Menurut Muljati dalam Laksmitaningrum (2013), perusahaan yang melakukan CSR akan memperoleh berbagai manfaat, yaitu:

- a. Meningkatkan citra perusahaan, karena dengan melakukan CSR perusahaan akan dinilai oleh masyarakat mempunyai kepedulian yang tinggi, sehingga penilaian positif dari masyarakat dapat menaikkan citra perusahaan itu sendiri.
- b. Membedakan perusahaan dengan pesaingnya. Banyak cara yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat lebih unggul dari kompetitornya. Dengan melakukan CSR, perusahaan berusaha untuk tampil berbeda dari pesaingnya serta menunjukkan bahwa perusahaan peduli dengan lingkungan dan masyarakat sekitar.
- c. Mengembangkan kerjasama dengan pemangku kepentingan. Dalam menjalankan kegiatan CSR, perusahaan bekerja sama dengan pemerintah daerah setempat atau dinas terkait untuk bekerjasama dalam melaksanakan programnya. Hal itu akan membuat terjalinnya relasi diantara keduanya untuk mengembangkan kerjasama.

- d. Membuka akses untuk investasi dan pembiayaan bagi perusahaan. Banyak investor yang menanamkan investasinya pada perusahaan yang memiliki kegiatan CSR karena dapat ikut serta meningkatkan citranya.
- e. Menghasilkan inovasi dan pembelajaran untuk meningkatkan pengaruh perusahaan di masyarakat, industri terkait dan pemerintahan.

B. Penurunan Hipotesis

Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan CSR

1. Tingkat Profitabilitas Perusahaan dan Pengungkapan CSR

Menurut Brigham dan Houston (2001) profitabilitas merupakan sebuah hasil akhir dari rangkaian aktivitas operasi sebuah perusahaan yang berkaitan dengan sumber dan penggunaan dana untuk menjalankan kegiatan perusahaan. Saidi (2004) menyatakan bahwa kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba disebut profitabilitas. Penelitian Mahoney & Robert (2007) menyebutkan bahwa profitabilitas dapat memengaruhi pengungkapan CSR. Tingkat profitabilitas yang semakin tinggi mencerminkan kemampuan entitas dalam menghasilkan laba yang semakin tinggi (Kamil & Herusetya, 2012). Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan, maka tekanan perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial semakin kuat dan luas. Sesuai dengan teori keagenan, bahwa hubungan yang baik antara manajer

dengan para pemegang saham. dapat dilakukan dengan adanya laporan CSR, sehingga para pemegang saham yakin bahwa manajer telah menjalankan kewajibannya dengan baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat profitabilitas akan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian Laksmiyaningrum & Purwanto (2013) menyatakan bahwa tingkat profitabilitas perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR dan menurut Wardani & Januarti (2013), bahwa tingkat profitabilitas menunjukkan pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

H_{1a}: Tingkat profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

2. Tingkat Likuiditas Perusahaan dan Pengungkapan CSR

Teori legitimasi dapat dianggap sebagai menyamakan persepsi atau asumsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas adalah merupakan tindakan yang diinginkan, pantas ataupun sesuai dengan sistem norma, nilai, kepercayaan dan definisi yang dikembangkan secara sosial (Rawi & Muchlish, 2010).

Berdasarkan teori legitimasi, bahwa kekuatan perusahaan dapat diketahui melalui rasio likuiditas yang tinggi dan berhubungan dengan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial yang tinggi. Semakin kuat kondisi keuangan di suatu perusahaan, maka

perusahaan akan semakin luas dalam menyampaikan informasinya (Laksmitaningrum & Purwanto, 2013).

Sesuai dengan teori sinyal, hal ini diduga karena perusahaan dengan likuiditas yang tinggi cenderung lebih banyak melakukan kegiatan yang berhubungan dengan lingkungan sosial, sehingga akan memberi sinyal kepada perusahaan lain bahwa perusahaan mereka lebih baik daripada perusahaan lain. Sinyal tersebut dapat diwujudkan dengan melakukan pengungkapan informasi CSR secara lebih luas.

Penelitian Laksmitaningrum & Purwanto (2013) menyatakan bahwa tingkat likuiditas perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR

H_{1b}: Tingkat likuiditas perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

3. Tingkat *Leverage* Perusahaan dan Pengungkapan CSR

Leverage menunjukkan besarnya hutang perusahaan yang digunakan untuk menjalankan kegiatan operasionalnya. Teori sinyal memprediksi bahwa terdapat hubungan negatif antara *leverage* terhadap pengungkapan CSR, yaitu manajemen dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan membuat perusahaan mengurangi pengungkapan CSRnya (Laksmitaningrum & Purwanto, 2013). Tingkat *leverage* perusahaan memberikan informasi bagi

stakeholder bahwa semakin tinggi tingkat *leverage* maka perusahaan semakin tergantung dengan hutang-hutangnya untuk menjalankan kegiatan operasionalnya dan memberikan informasi bahwa beban hutang yang ditanggung perusahaan semakin tinggi.

Penelitian Laksmitaningrum & Purwanto (2013) menyatakan bahwa tingkat *leverage* perusahaan tidak menunjukkan pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Penelitian juga dilakukan oleh Maulana dan Yuyetta (2014) yang menunjukkan bahwa tingkat *leverage* perusahaan tidak menunjukkan pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

H_{1c}: Tingkat *leverage* perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR

4. Ukuran Perusahaan dan Pengungkapan CSR

Berdasarkan teori sinyal, semua informasi yang bersifat keuangan ataupun non keuangan harus diungkapkan oleh perusahaan, termasuk informasi mengenai CSR karena informasi tersebut dapat berguna dalam pengambilan keputusan. Pengungkapan CSR dapat dilihat dari ukuran perusahaan yang dijalankan. Semakin besar perusahaannya, maka pengungkapan CSR semakin luas. Sebaliknya, jika perusahaan yang dijalankan relatif kecil, maka kesempatan perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosialnya juga semakin rendah.

Perusahaan yang besar cenderung memiliki kepemilikan saham yang lebih banyak sehingga jumlah pemilik saham yang lebih banyak memerlukan informasi keuangan yang lebih besar pula (Laksmitaningrum & Purwanto, 2013). Untuk itu, perusahaan yang besar akan cenderung dapat bertahan lama daripada perusahaan yang lebih kecil, karena sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan yang besar juga lebih banyak. Karena kegiatan operasi perusahaan besar, maka tekanan yang didapatkan perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya juga tinggi.

Penelitian dilakukan oleh Maulana & Yuyetta (2014) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

H_{1d}: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

5. Ukuran Dewan Komisaris Perusahaan dan Pengungkapan CSR

Dewan komisaris memiliki kewenangan manajemen yang tinggi dalam sebuah perusahaan. Sesuai dengan teori legitimasi, bahwa dalam pengambilan keputusan, dewan komisaris haruslah mempertimbangkan aturan dan norma yang ada. Dewan komisaris memiliki kekuasaan yang besar dalam sebuah perusahaan, termasuk dalam pengungkapan CSR. Semakin besar ukuran dewan komisaris dalam sebuah perusahaan, maka perusahaan akan cenderung untuk

melaporkan tanggung jawab sosialnya. Dapat disimpulkan bahwa dewan komisaris dapat memengaruhi luas pengungkapan CSR (Laksmitaningrum & Purwanto, 2013).

Penelitian Laksmitaningrum & Purwanto (2013) menyatakan bahwa ukuran dewan komisaris perusahaan menunjukkan pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Penelitian juga dilakukan oleh Maulana & Yuyetta (2014) yang menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris perusahaan menunjukkan pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

H₂: Ukuran dewan komisaris perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

6. Struktur Kepemilikan Manajerial Perusahaan dan Pengungkapan CSR

Struktur kepemilikan merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi kondisi perusahaan di masa yang akan datang, terutama dengan stuktur kepemilikan manajerial (Cahya Ruwita, 2012). Dengan memaksimalkan kepemilikan manajerial, maka manajemen akan merasakan dampak langsung atas setiap keputusan yang mereka ambil. Hal itu tentu dapat memberikan sinyal kepada masyarakat bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik di masa depan. Dengan memaksimalkan kepemilikan manajerial dalam perusahaan, maka akan berpengaruh positif dalam pengungkapan

CSR. Selain berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, kepemilikan manajerial juga dapat digunakan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Semakin besar kepemilikan manajerial, maka semakin besar juga kepemilikan saham didalam perusahaan, karena seorang manajer juga sekaligus menjadi pemegang saham.

Penelitian Rustiarini (2009) serta Laksmitaningrum & Purwanto (2013) menyatakan bahwa struktur kepemilikan manajerial perusahaan tidak menunjukkan pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

H_{3a}: Struktur kepemilikan manajerial perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

7. Struktur Kepemilikan Institusional Perusahaan dan Pengungkapan CSR

Kepemilikan institusional merupakan salah satu pemegang saham terbesar didalam perusahaan. Berdasarkan teori legitimasi, kepemilikan institusional ini termasuk pemilik dana terbesar, sehingga perlu adanya pengawasan terhadap kinerja perusahaan. Pengawasan terhadap kinerja dapat dilakukan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR). *Institutional investors have a strong interest not only in the financial performance of the firm in which they invest in, but also in the strategies, activities, and other stake-holders of the firm* (Mahoney & Roberts, 2007).

Kepemilikan institusional yang besar akan sangat berpengaruh dan berdampak pada keputusan manajemen yang akan diambil. Dengan demikian, kepemilikan institusional perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Kepemilikan institusional dianggap mampu untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian Rustiarini (2009) serta Laksmitaningrum & Purwanto (2013) menyatakan bahwa struktur kepemilikan institusional perusahaan tidak menunjukkan pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

H_{3b}: Struktur kepemilikan institusional perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

8. Struktur Kepemilikan Asing dan Pengungkapan CSR

Kepemilikan asing dimana saham yang beredar sebagian besar dimiliki oleh pihak asing, yaitu perseorangan maupun badan yang ditanamkan pada perusahaan di Indonesia. Pihak asing adalah salah satu pihak yang sangat peduli dengan isu-isu mengenai sosial dan lingkungan. Sesuai teori legitimasi, dengan adanya kepercayaan dari pihak-pihak, salah satunya pihak asing, dapat membantu perusahaan untuk mencapai tujuannya, oleh karena itu perusahaan perlu menyelaraskan nilai-nilai perusahaan dengan norma yang berlaku dimasyarakat. Hal ini dikarenakan pihak asing dianggap

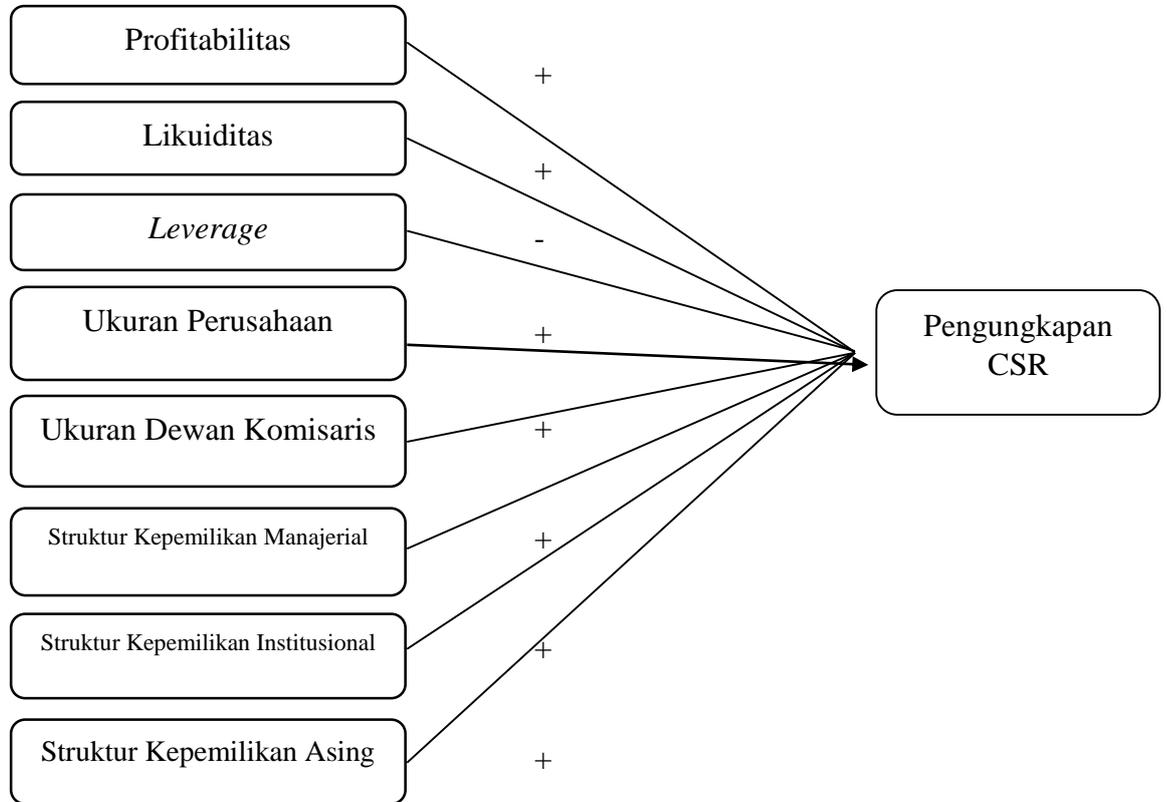
lebih *concern* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Nugraha & Andayani, 2013).

Salah satu cara untuk meningkatkan nilai perusahaan dapat dilakukan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, yang merupakan bentuk kepedulian perusahaan terhadap sosial dan lingkungannya. Perusahaan akan memiliki reputasi yang baik jika telah mengungkapkan tanggung jawab sosialnya karena pemilik asing akan cenderung melihat aktivitas perusahaan terutama dalam bentuk kegiatan sosial. Namun dalam hal ini sering terjadi hambatan atau kendala mengenai geografi dan bahasa karena berada dalam wilayah yang berbeda. Dengan demikian, perusahaan dengan kepemilikan asing, akan cenderung mengungkapkan tanggung jawab sosialnya secara luas.

Penelitian Rustiarini (2009) serta Laksmitaningrum & Purwanto (2013) menyatakan bahwa struktur kepemilikan asing perusahaan menunjukkan pengaruh terhadap pengungkapan CSR. .

H_{3c}: Struktur kepemilikan asing perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

C. Metode Penelitian



Gambar 2.1
Model Penelitian