

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori *Stewardship*

Teori *Stewardship* (Kaihatu, 2006) dibangun diatas asumsi filosofis mengenai sifat manusia, yakni bahwa manusia pada hakikatnya dapat dipercaya, mampu bertindak dengan penuh tanggung jawab, memiliki integritas dan kejujuran terhadap pihak lain. Dengan kata lain, teori ini memandang manajemen sebagai pihak yang dapat dipercayai untuk bertindak dengan sebaik-baiknya bagi kepentingan publik maupun *stakeholder*.

Menurut Helena dan Therese (2005), di dalam teori *stewardship*, manajer akan melakukan upaya demi mendapatkan kepercayaan publik. Hal ini didasarkan pada prinsip bahwa manajer memiliki tanggung jawab yang besar untuk mengelola sumber daya yang ada dengan cara yang bijak untuk kepentingan masyarakat luas. Para manajer tidak akan bertindak untuk kepentingannya sendiri, akan tetapi bertindak untuk semua pihak, dan para manajer percaya apabila mereka telah bertindak untuk kepentingan yang lebih luas maka secara pribadi kebutuhan mereka pun telah terpenuhi.

Setiap aktivitas bisnis para manajer seharusnya memperhatikan dampaknya bagi pihak lain. Perusahaan merupakan suatu organisasi sosial sehingga dalam melaksanakan kegiatan bisnisnya selalu melibatkan berbagai pihak yaitu para *stakeholder*. Oleh karena itu para manajer perlu memperhatikan dampaknya terhadap mereka, karena perusahaan lalai maka kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan akan hilang. Dalam bisnis, kepercayaan sangatlah penting dalam menentukan keberhasilan suatu perusahaan terutama untuk investasi jangka panjang.

2. Teori Legitimasi

Teori Legitimasi menyatakan bahwa organisasi secara berkelanjutan harus memastikan apakah mereka telah beroperasi di dalam norma-norma yang dijunjung tinggi masyarakat dan memastikan bahwa aktivitas mereka (perusahaan) bisa diterima oleh pihak luar perusahaan (Sari, 2014). Deegan dan Tobin (2002) menjabarkan bahwa legitimasi dapat diperoleh manakala terdapat kesesuaian antara keberadaan perusahaan tidak mengganggu atau sesuai dengan eksistensi sistem nilai yang ada dalam masyarakat dan lingkungan. Apabila terjadi pergeseran yang menimbulkan gejolak dalam masyarakat, maka legitimasi perusahaan akan terancam. Legitimasi perusahaan merupakan faktor yang sangat penting untuk mendukung citra dan reputasi perusahaan dimata masyarakat.

Maka dari itu, perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup suatu perusahaan juga bergantung dengan hubungan masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan. Dengan demikian, maka pengungkapan CSR merupakan investasi dan berguna dalam meningkatkan citra dan legitimasi perusahaan, sehingga dapat menopang keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang.

3. *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, 2008). Menurut *The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* definisi dari CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan adalah Sebagai:

“Kelanjutan oleh suatu entitas bisnis untuk bertindak secara etis dan berperan untuk pembangunan ekonomi dengan meningkatkan kualitas hidup di tempat kerja dan terhadap keluarga mereka seperti halnya masyarakat sekitar dan masyarakat yang lebih luas”.

Keberadaan perusahaan-perusahaan tidak hanya memberikat dampak positif terhadap kehidupan sosial masyarakat sekitar tetapi juga banyak menimbulkan dampak negatif dari aktivitas perusahaan ditengah lingkungan. Perusahaan tidak lagi

hanya memperhatikan catatan keuangan perusahaan semata (*single bottom line*), melainkan harus meliputi aspek keuangan (*profit*), aspek sosial (*people*), dan aspek lingkungan (*planet*), yang biasa disebut *triple bottom line* (Dewi dan Priyadi, 2013).

Pengungkapan (*disclosure*) didefinisikan sebagai penyediaan atau penyampaian informasi keuangan tentang suatu perusahaan di dalam laporan keuangan, biasanya berupa laporan tahunan (Hendriksen dan Breda, 2002). Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap masyarakat secara keseluruhan (Sembiring, 2005). *Association of Chartered Certified Accountants* (ACCA) menyatakan bahwa pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *sustainability reporting*. *Sustainability reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya didalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) (Sari, 2014). *Sustainability reporting* meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi.

Salah satu badan yang aktif mengeluarkan pedoman bagi perusahaan terkait pengungkapan lingkungan hidup adalah *Global Reporting Initiative* (GRI). Dalam Standar GRI Indikator kinerja di

bagi menjadi 3 komponen utama, yaitu ekonomi, lingkungan hidup, dan sosial yang mencakup hak azasi manusia, praktek ketenagakerjaan dan lingkungan kerja, tanggung jawab produk, dan masyarakat.

4. Profitabilitas

Profitabilitas dapat diartikan sebagai suatu kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba yang hubungannya dengan dengan penjualan, total aktiva, dan ekuitas dalam upaya meningkatkan nilai para pemegang saham perusahaan. Sedangkan menurut Heinze (dalam Hackston dan Milne, 1996) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham.

Para pemegang saham tidak hanya memerlukan informasi mengenai naik atau tidaknya laba perusahaan, tetapi juga memerlukan informasi sejauh mana perusahaan mempergunakan laba yang dimiliki untuk membiayai kegiatan operasional. Salah satu kegiatan yang informasinya dibutuhkan oleh para pemegang saham adalah menyangkut dengan aktivitas sosial yang mampu dijalankan selama perusahaan tersebut beroperasi. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan ketersediaan dana yang lebih untuk melaksanakan CSR dan mengungkapkannya, sebagai bukti

akuntabilitas kepada *stakeholder* dan meyakinkan bahwa aktivitas perusahaan sesuai dengan norma dan nilai sosial yang berlaku di masyarakat (Nugroho dan Yulianto, 2015).

5. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan ukuran mengenai besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan (*size*) berkaitan dengan teori agensi, perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut, oleh karena itu perusahaan besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi daripada perusahaan kecil (Mukti dan Kurnia, 2015). Oleh karena itu perusahaan besar akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak sebagai upaya untuk mengurangi biaya keagenan tersebut.

Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap terlaksananya pengungkapan sosial, karena semakin besarnya ukuran perusahaan maka tanggungjawab perusahaan untuk melakukan pengungkapan juga berpengaruh. Menurut Mukti dan Kurnia (2015) mengungkapkan bahwa perusahaan yang berukuran lebih besar merupakan emiten yang banyak disoroti dan cenderung memiliki keinginan masyarakat akan informasi yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang berukuran kecil. Perusahaan yang besar harus berusaha mendapatkan legitimasi dari

stakeholders dengan tujuan menyelaraskan nilai sosial dan norma masyarakat yang berlaku (Eriandani, 2013).

Perusahaan tidak bisa lepas dari tanggungjawabnya terhadap lingkungan, karena perusahaan berhubungan langsung dengan lingkungan sosial. Banyak hal aktivitas yang dilakukan perusahaan akan berdampak pada lingkungan sosial dan lingkungan sekitarnya, sehingga apabila perusahaan melakukan aktivitas yang merugikan lingkungan sosial maka dampaknya akan langsung dapat dirasakan oleh publik (Indraswari dan Astika, 2014).

6. Ukuran Dewan Komisaris

Dewan komisaris adalah wakil pemegang saham dalam perusahaan berbadan hukum perseroan terbatas. Dewan komisaris ini berfungsi mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen (direksi). Dengan demikian dewan komisaris yang aktif menjalankan fungsinya dapat mencegah konsentrasi pengendalian yang terlalu banyak ditangan manajemen (direksi) (Mulyadi, 1993).

Dewan komisaris ini memiliki wewenang untuk memberi petunjuk dan arahan serta mengawasi pengelola perusahaan salah satunya adalah dengan memberi petunjuk atau arahan kepada manajemen untuk mengungkapkan CSR. Proporsi dewan komisaris bisa menentukan pengaruhnya terhadap pengungkapan CSR,

dimana semakin besar ukuran dewan komisaris akan memudahkan dalam mengendalikan CEO untuk mengungkapkan informasi sosial perusahaan (Fahrizqi dalam Pradnyani dan Sisdyani, 2015).

Menurut Dewi (2015) untuk mewujudkan akuntabilitas perusahaan, dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas, sehingga perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris yang lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi sosial. Menurut teori agensi, anggota dewan yang lebih besar akan memudahkan pengendalian terhadap agen dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif sehingga dapat mengurangi tindakan menyimpang dari agen (Dewi dan Priyadi, 2013).

7. Kepemilikan Asing

Menurut Undang-undang No. 25 Tahun 2007 pada pasal 1 angka 6 kepemilikan asing adalah perseorangan warganegara asing, badan usaha asing, dan pemerintah asing yang melakukan penanaman modal di wilayah Republik Indonesia. Kepemilikan asing dalam perusahaan merupakan pihak yang dianggap *concern* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, terutama negara-negara Eropa dan *United States* yang sangat memperhatikan isu-isu sosial; seperti pelanggaran hak asasi manusia, pendidikan, tenaga kerja, dan isu lingkungan seperti, efek

rumah kaca, pembalakan liar, serta pencemaran air (Machmud dan Djakman, 2008).

Menurut Puspitasari (2009) dalam Sari (2014), perusahaan yang memiliki kepemilikan saham asing cenderung memberikan pengungkapan yang lebih luas dibandingkan yang tidak. Hal ini disebabkan beberapa alasan. Pertama, perusahaan asing terutama dari Eropa dan Amerika lebih mengenal konsep praktik dan pengungkapan CSR. Kedua, perusahaan asing mendapatkan pelatihan yang lebih baik dalam bidang akuntansi dari perusahaan induk di luar negeri. Ketiga, perusahaan tersebut mungkin mempunyai sistem informasi yang lebih efisien untuk memenuhi kebutuhan internal dan kebutuhan perusahaan induk. Keempat, kemungkinan permintaan informasi yang lebih besar pada perusahaan berbasis asing dari pelanggan.

Nugroho dan Yulianto (2015) mengungkapkan bahwa besarnya investor asing dalam perusahaan akan mendorong manajemen untuk memperhatikan keinginan para stakeholder agar perusahaan melakukan aktivitas CSR sebagai penerapan asas tanggung jawab atau tanggung jawab atas aktivitas usahanya yang berpengaruh terhadap aspek sosial dan lingkungan di sekitarnya, serta mengungkapkannya ke khalayak publik, sehingga dapat meyakinkan masyarakat bahwa aktivitas perusahaan telah sesuai dengan norma dan nilai sosial yang berlaku di masyarakat, yang

pada akhirnya akan memberikan keuntungan jangka panjang berupa terjaminnya keberlangsungan usaha.

B. Penelitian Terdahulu dan Penurunan Hipotesis

1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR

Profitabilitas dapat diartikan sebagai suatu kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba yang hubungannya dengan dengan penjualan, total aktiva, dan ekuitas dalam upaya meningkatkan nilai para pemegang saham perusahaan. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan ketersediaan dana yang lebih untuk melaksanakan CSR dan mengungkapkannya, sebagai bukti akuntabilitas kepada *stakeholder* dan meyakinkan bahwa aktivitas perusahaan sesuai dengan norma dan nilai sosial yang berlaku di masyarakat (Nugroho dan Yulianto, 2015).

Hubungan antara pengungkapan CSR dan profitabilitas perusahaan telah dipostulasikan untuk merefleksikan pandangan bahwa kepekaan sosial membutuhkan gaya managerial yang sama sebagaimana yang diperlukan untuk dapat membuat perusahaan menguntungkan (*profitable*) (Bowman dan Haire (1976) dalam Heckston dan Milne, 1996). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi profit suatu perusahaan maka berbanding lurus dengan pengungkapan CSR yang dilakukan.

Sari (2014) mengungkapkan bahwa profitabilitas yang tinggi akan mendorong para manajer untuk memberikan informasi yang terperinci, salah satunya pengungkapan CSR, sebab mereka ingin meyakinkan investor terhadap perusahaan agar para investor berinvestasi di perusahaan tersebut. Kokobu dkk (2001) dalam Anggono dan Jesica (2009) menyatakan bahwa semakin besar profitabilitas akan membuat perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Hal tersebut didukung dengan hasil penelitian Rindawati dan Asyik (2015) dan Pradnyani dan Sisdyani (2015) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Sehingga peneliti mengangkat hipotesis sebagai berikut:

H₁: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR

2. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR

Ukuran perusahaan (*size*) berkaitan dengan teori agensi, perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut, oleh karena itu perusahaan besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi daripada perusahaan kecil (Mukti dan Kurnia, 2015). Oleh karena itu perusahaan besar akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak sebagai upaya untuk mengurangi biaya keagenan tersebut.

Menurut Siregar dan Utama (2005) dalam Rindawati dan Asyik (2015), semakin besar ukuran perusahaan, informasi yang tersedia untuk investor dalam pengambilan keputusan sehubungan dengan investasi saham semakin banyak. Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap terlaksananya pengungkapan sosial, karena semakin besarnya ukuran perusahaan maka tanggungjawab perusahaan untuk melakukan pengungkapan juga berpengaruh.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Agustika dkk (2015), Dewi dan Priyadi (2013) serta Indraswari dan Astika (2014) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap CSR disclosure. Menurut Mukti dan Kurnia (2015) berdasarkan teori agensi yang secara umum menyatakan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka biaya keagenan yang akan dikeluarkan juga lebih besar maka untuk mengurangi biaya keagenan tersebut perusahaan akan cenderung mengungkapkan informasi yang lebih luas, maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H₂: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR

3. Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan CSR

Sembiring (2005) menyatakan bahwa semakin banyak jumlah anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan, maka pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuat perusahaan akan

semakin luas. Menurut teori agensi, anggota dewan yang lebih besar akan memudahkan pengendalian terhadap agen dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif sehingga dapat mengurangi tindakan menyimpang dari agen (Dewi dan Priyadi, 2013). Coller dan Gregory (1999) dalam Wahyudi (2010) menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, semakin mudah untuk mengendalikan *Chief Executives Officer* (CEO) dan semakin efektif dalam memonitoraktivitas manajemen.

Tekanan yang lebih besar terhadap manajemen akan mendorong manajemen untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih besar. Menurut Dewi (2015), dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas, sehingga perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris yang lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi sosial.

Penelitian yang menunjukkan adanya hubungan yang positif antara ukuran dewan komisaris dengan pengungkapan CSR antara lain adalah penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Priyadi (2013) dan Pradnyani dan Sisdyani (2015) yang menyatakan bahwa bertambahnya dewan komisaris akan mudah menganjurkan kepada manajemen untuk menjadikan pengungkapan CSR sebagai salah satu kewajiban perusahaan. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan

CSR. Dari uraian tersebut maka peneliti mengajukan hipotesis berikut:

H₃: Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR

4. Pengaruh Kepemilikan Asing terhadap Pengungkapan CSR

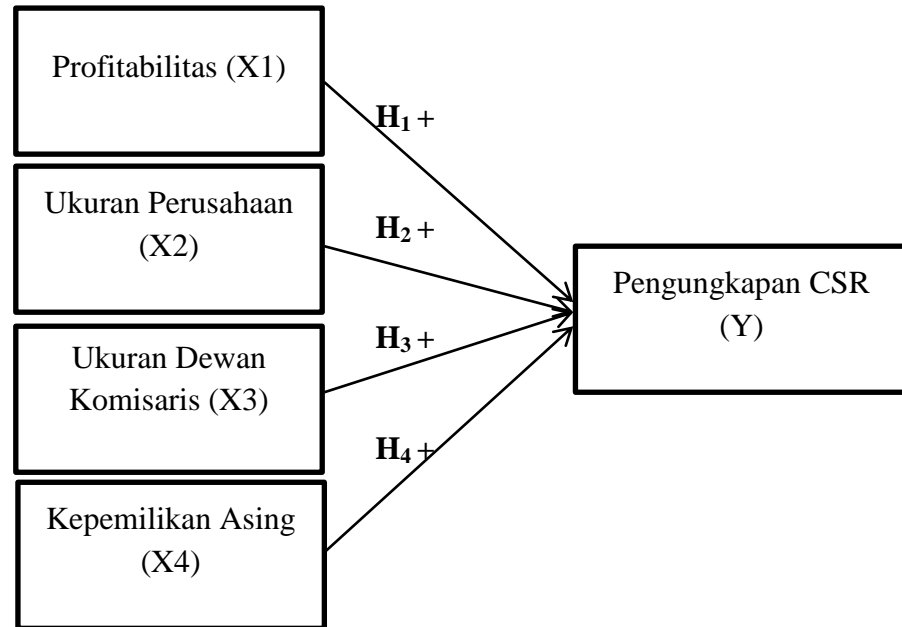
Kepemilikan asing merupakan saham dalam perusahaan yang dimiliki oleh pihak asing baik oleh individu maupun lembaga. Kepemilikan asing adalah merupakan saham dalam perusahaan yang dimiliki oleh pihak asing baik oleh individu maupun lembaga. Kepemilikan asing dalam perusahaan merupakan pihak yang dianggap *concern* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, terutama negara-negara Eropa dan *United States* yang sangat memperhatikan isu-isu sosial; seperti pelanggaran hak asasi manusia, pendidikan, tenaga kerja, dan isu lingkungan seperti, efek rumah kaca, pembalakan liar, serta pencemaran air (Machmud dan Djakman, 2008). Nugroho dan Yulianto (2015) mengungkapkan bahwa besarnya investor asing dalam perusahaan akan mendorong manajemen untuk memperhatikan keinginan para *stakeholder* agar perusahaan melakukan aktivitas CSR sebagai penerapan asas responsibilitas atau tanggung jawab atas aktivitas usahanya yang berpengaruh terhadap aspek sosial dan lingkungan di sekitarnya, serta mengungkapkannya ke khalayak publik, sehingga dapat meyakinkan masyarakat bahwa aktivitas perusahaan telah sesuai dengan norma dan nilai sosial yang

berlaku di masyarakat, yang pada akhirnya akan memberikan keuntungan jangka panjang berupa terjaminnya keberlangsungan usaha.

Perusahaan dengan kepemilikan asing memiliki kepedulian yang besar untuk lebih bertanggungjawab terhadap lingkungan social dimana perusahaan tersebut berada. Menurut Puspitasari (2009), perusahaan yang memiliki kepemilikan saham asing cenderung memberikan pengungkapan yang lebih luas dibandingkan yang tidak. Hal ini terbukti dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Suaryana (2015) yang mendapatkan hasil bahwa kepemilikan asing mempunyai pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H₄: Kepemilikan Asing berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR

C. Model Penelitian



Gambar 1
Model Penelitian