

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Teori *Stakeholder***

Pendekatan *stakeholder* mulai muncul pada pertengahan tahun 1980-an. Adanya pendekatan stakeholder ini dilatar belakangi karena timbulnya keinginan untuk membangun suatu kerangka kerja yang responsif terhadap masalah-masalah yang dihadapi oleh para manajer saat itu yaitu mengenai perubahan lingkungan. Dari hal tersebut terdapat tujuan dari manajemen itu sendiri adalah untuk merancang metode, untuk mengelola berbagai kelompok dan hubungan yang dihasilkan dengan cara yang strategis (Freeman dan McVea, 2001). Perusahaan haruslah mampu memberikan manfaat dan mendapatkan dukungan dari para *stakeholdernya* agar dapat dikatakan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri.

Teori *stakeholder* itu sendiri merupakan teori yang menggambarkan kepada pihak mana saja (*stakeholder*) perusahaan harus bertanggungjawab (Freeman dan Mc Vea, 2001). Masing-masing perusahaan harus mampu menjaga hubungan dengan *stakeholdernya* dengan cara mengakomodasi keinginan dan kebutuhan dari *stakeholdernya*, terutama untuk *stakeholder* yang memiliki *power* terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas

operasional perusahaan, misal : tenaga kerja, pasar atas produk perusahaan dan lain-lain (Chariri dan Ghozali, 2007). Dengan melaksanakan CSR dapat dijadikan sebagai salah satu strategi yang dapat dilakukan untuk menjaga hubungan antara perusahaan dengan para *stakeholder*, dari pelaksanaan CSR tersebut diharapkan nantinya keinginan dari *stakeholder* dapat terakomodasi sehingga dapat menghasilkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan *stakeholdernya*. Dengan adanya hubungan yang harmonis nantinya akan menimbulkan pencapaian keberlanjutan atau kelestarian pada perusahaannya (*sustainability*).

## **2. Teori Sinyal (*Signaling Theory*)**

Informasi merupakan unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis karena informasi pada hakikatnya menyajikan keterangan, catatan atau gambaran baik untuk keadaan masa lalu, saat ini maupun keadaan masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan dan bagaimana pasaran efeknya. Informasi yang lengkap, relevan, akurat dan tepat waktu sangat diperlukan oleh investor di pasar modal sebagai alat analisis untuk mengambil keputusan investasi. Informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Jika pengumuman tersebut mengandung nilai positif, maka diharapkan pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman tersebut telah diterima oleh pasar.

*Signalling* teori menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak

eksternal (Ambarwati, 2010:51). Pada waktu informasi diumumkan dan semua pelaku pasar sudah menerima informasi tersebut, pelaku pasar terlebih dahulu menginterpretasikan dan menganalisis informasi tersebut sebagai sinyal baik atau sinyal buruk .

Penggunaan teori *signalling*, informasi berupa ROA atau tingkat pengembalian terhadap aset atau juga seberapa besar laba yang didapat dari aset yang digunakan, dengan demikian jika ROA tinggi maka akan menjadi sinyal yang baik bagi para investor, karena dengan ROA tinggi menunjukkan kinerja perusahaan tersebut baik maka investor akan tertarik untuk menginvestasikan dananya yang berupa surat berharga atau saham. Permintaan saham yang banyak maka harga saham akan meningkat. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan baik, sehingga investor akan merespon positif sinyal tersebut dan nilai perusahaan akan meningkat.

### **3. Kompensasi**

Menurut Kadarisman (2012:181), kompensasi adalah imbalan jasa atau balas jasa yang diberikan oleh perusahaan kepada para tenaga kerja, karena tenaga kerja tersebut telah memberikan sumbangan tenaga dan pikiran demi kemajuan perusahaan guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam hal ini, kompensasi merupakan faktor yang penting untuk memengaruhi bagaimana dan mengapa orang-orang bekerja di suatu organisasi bukan pada organisasi lainnya.

Kompensasi manajemen itu sendiri adalah suatu bentuk penghargaan yang diberikan oleh organisasi atau perusahaan sebagai imbalan atas jasa-jasa yang telah dilakukan oleh manajemen untuk mencapai tujuan perusahaan. Kompensasi memberikan dampak terhadap motivasi, keputusan untuk bergabung atau tetap bekerja juga mampu memengaruhi kinerja perusahaan.

Bentuk kompensasi yang diberikan oleh perusahaan kepada manajemen dapat berupa kas dan non kas. Kompensasi berbentuk kas yaitu gaji pokok, tunjangan, dan bonus, sedangkan untuk kompensasi berbentuk non kas berupa saham bonus.

- a. Gaji pokok, merupakan kompensasi dasar yang diterima oleh karyawan sebagai gaji atau upah. Gaji pokok dibayarkan secara konsisten tiap waktu dengan tidak memperhatikan nilai kerja terukur, seperti jam kerja, jumlah penjualan dan sebagainya.
- b. Tunjangan, merupakan imbalan tidak langsung yang berupa asuransi kesehatan, uang cuti, uang pensiun yang diberikan kepada karyawannya sebagai bagian dari keanggotaannya di organisasi.
- c. Bonus, merupakan tambahan kompensasi diluar gaji atau upah yang diberikan oleh organisasi. Pemberian bonus didasarkan pada produktivitas, jumlah keuntungan perusahaan, tingkat kehadiran, prestasi kerja, dan efektivitas biaya.
- d. Saham bonus, merupakan saham yang dibagikan secara cuma-cuma kepada pemegang saham berdasarkan jumlah saham yang dimiliki.

Besarnya jumlah kompensasi yang diberikan oleh perusahaan kepada pihak manajemen berbeda-beda tergantung dari kebijakan kompensasi yang disepakati dalam kontrak kompensasi dan didasarkan pada informasi keuangan yang dapat berupa informasi laba bersih (Scott, 2003). Tujuan dari kompensasi meliputi efisiensi, keadilan, dan pemenuhan terhadap hukum dan aturan.

- a. Efisiensi, yaitu dapat mengendalikan biaya-biaya perusahaan. Suatu program kompensasi yang rasional membantu organisasi untuk mendapatkan dan mempertahankan sumber daya manusia pada tingkat biaya yang layak.
- b. Keadilan, merupakan tujuan fundamental dari sistem kompensasi. Tujuan dari keadilan, yaitu untuk memperlakukan semua karyawan secara adil dengan mengenal kontribusi para karyawan (pembayaran tertinggi untuk kinerja hebat, pengalaman, atau pelatihan) dan berdasarkan kebutuhan karyawan.
- c. Sebagai tujuan pembayaran, pemenuhan terhadap hukum berarti melakukan pembayaran sesuai aturan hukum. Kompensasi yang diberikan oleh perusahaan kepada karyawan disesuaikan dengan aturan hukum yang berlaku.

Kompensasi *top management* terdiri atas kompensasi yang diterima oleh dewan komisaris dan dewan direksi dalam satu kesatuan, yang berupa gaji pokok, THR, tunjangan tetap (*meal, transport, jabatan, dll*). Rata-rata

kompensasi *top management* (kompensasi dewan komisaris dan dewan direksi).

#### **4. *Corporate Social Responsibility Disclosure***

Sekarang ini perusahaan telah banyak yang mengembangkan *corporate social responsibility (CSR)*, *corporate citizenship (CC)*. *Corporate social responsibility (CSR)* itu sendiri merupakan pengambilan keputusan yang dikaitkan dengan kaidah-kaidah, nilai-nilai etika, dan keputusan hukum untuk menghargai manusia, masyarakat dan lingkungan. Dalam perkembangannya konsep *corporate social responsibility (CSR)* belum memiliki definisi tunggal, hal ini terkait dengan penerapan dan penjabaran *CSR* yang dilakukan oleh tiap perusahaan berbeda-beda. *Corporate social responsibility* merupakan salah satu dari berbagai tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingannya. Menurut Brigham dan Houston (2011), *corporate social responsibility* adalah konsep yang menyatakan bahwa perusahaan harus mampu memerhatikan masyarakat luas dengan aktif. Perusahaan yang melaksanakan *CSR* secara konsisten dalam jangka panjang nantinya dapat menumbuhkan rasa empati dari masyarakat terhadap kehadiran perusahaan tersebut.

Penerapan *CSR* di dalam perusahaan diharapkan selain memiliki komitmen finansial kepada pemilik atau pemegang saham, dan juga memiliki komitmen sosial terhadap para pihak lain yang berkepentingan, karena *CSR* merupakan salah satu bagian dari strategi bisnis perusahaan

dalam jangka panjang. Dalam hal ini perusahaan harus mampu menjaga hubungan dengan *stakeholder* dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan *stakeholder*, terutama kepada *stakeholder* yang memiliki power terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan, misalnya tenaga kerja, produk perusahaan dan lain-lain.

Ruang lingkup dari tanggung jawab sosial (CSR) perusahaan terdiri atas 3 bagian, yaitu :

- a. *Basic responsibility*, tanggung jawab yang dapat muncul karena keberadaan perusahaan. Contohnya yaitu kewajiban membayar pajak, menaati hukum, memenuhi standar pekerjaan, dan memuaskan pemegang saham.
- b. *Organizational responsibility*, tanggung jawab perusahaan untuk memenuhi kepentingan para stakeholder, yaitu karyawan, konsumen, pemegang saham dan masyarakat.
- c. *Societal responsibility*, tanggung jawab yang menjelaskan tahapan ketika terjadi interaksi antara bisnis dan masyarakat sehingga perusahaan dapat tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan.

Dalam pengungkapan CSR terdapat beberapa indikator yang dilakukan oleh perusahaan, salah satunya yaitu dengan menggunakan item-item yang dikemukakan dari [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org) yang menggunakan beberapa kategori seperti lingkungan, energi, kesehatan, dan keselamatan tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum.

Kategori tersebut diadopsi dari penelitian Hackston dan Milne (1996). Kategori tersebut lebih cocok untuk diaplikasikan oleh perusahaan Indonesia karena mencakup kegiatan-kegiatan *CSR* yang dilakukan oleh perusahaan di Indonesia. Pendekatan yang digunakan dalam pengukuran ini yaitu setiap item *CSR* dalam penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan dan nilai 0 jika tidak diungkapkan.

## **5. Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya suatu perusahaan, yang dapat ditentukan berdasarkan total aktiva atau total aset perusahaan, nilai pasar saham, dan rata-rata tingkat penjualan. Besar kecilnya perusahaan juga merupakan indikator yang dapat menunjukkan kondisi atau karakteristik suatu perusahaan. Pada penelitian ini, ukuran perusahaan diukur dengan logaritma natural total aset.

## **6. Profitabilitas**

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan, seperti aktiva, modal, atau penjualan perusahaan. Profitabilitas ini dapat diukur dengan menggunakan beberapa cara yaitu, *ROE*, *ROA*, *net profit margin*, *operating margin*, *gross profit margin*, dan *basic earning power*. Profitabilitas sangat penting bagi perusahaan dalam mempertahankan usahanya, karena itulah dengan profitabilitas dapat menunjukkan apakah suatu perusahaan memiliki proses yang baik atau tidak di masa mendatang.



Profitabilitas merupakan daya tarik utama bagi pemilik perusahaan (pemegang saham) karena profitabilitas adalah hasil yang diperoleh melalui usaha manajemen dari dana yang telah di investasikan oleh pemegang saham. Profitabilitas juga mencerminkan mengenai pembagian laba yang menjadi haknya yaitu seberapa banyak dana yang telah di investasikan kembali dan seberapa banyak yang telah dibayarkan sebagai dividen tunai ataupun dividen saham kepada pemilik saham (Jusriani dan Rahardjo, 2013).

## **B. Hipotesis**

### **1. *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap Kompensasi**

Berdasarkan teori *stakeholder* yang menggambarkan kepada pihak mana saja (*stakeholder*) perusahaan harus bertanggungjawab (Freeman dan Mc Vea, 2001). Perusahaan haruslah mampu memberikan manfaat dan mendapatkan dukungan dari para *stakeholdernya* agar dapat dikatakan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri.

Masing-masing perusahaan harus mampu menjaga hubungan dengan *stakeholdernya* dengan cara mengakomodasi keinginan dan kebutuhan dari *stakeholdernya*, terutama untuk *stakeholder* yang memiliki *power* terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan, misal : tenaga kerja, pasar atas produk perusahaan dan lain-lain (A. Chariri dan Ghozali, 2007). Dengan melaksanakan *CSR* dapat dijadikan sebagai salah satu strategi yang dapat dilakukan untuk

menjaga hubungan antara perusahaan dengan para *stakeholder*, dari pelaksanaan *CSR* tersebut diharapkan nantinya keinginan dari *stakeholder* dapat terakomodasi sehingga dapat menghasilkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan *stakeholdernya*. Dengan adanya hubungan yang harmonis nantinya akan menimbulkan pencapaian keberlanjutan atau kelestarian pada perusahaannya (*sustainability*).

Ming dan Lee (2015) menyatakan jika aktivitas *CSR* memiliki pengaruh positif terhadap nilai pemegang saham, karena fokus kepada kepentingan pemegang saham, yang mendukung operasi perusahaan, maka *top management* dihargai dengan pemberian *reward* atas upaya memperbaiki investasi *CSR*. Semakin banyak aktivitas *CSR* yang dilakukan oleh perusahaan atas perintah manajemen akan meningkatkan *reward* yang berupa kompensasi yang akan diperoleh manajemen. Peningkatan kompensasi tersebut dilakukan sebagai bentuk penghargaan atas kinerja yang dilakukan dalam rangka meningkatkan nilai perusahaan, maka dari itu *CSR* berpengaruh positif terhadap kompensasi *top management*.

Penta (2016) meneliti tentang Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kompensasi CEO. Hasil penelitian tersebut menemukan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap kompensasi CEO.

**H1:** *Corporate social responsibility disclosure* berpengaruh positif terhadap kompensasi *top management*.

## 2. Ukuran Perusahaan terhadap Kompensasi

Semakin besar total aset mengindikasikan semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai salah satu faktor yang mampu mempengaruhi kompensasi *top management*. Sigler (2011), menyatakan bahwa perusahaan yang relatif besar akan memiliki kemampuan yang lebih besar juga dalam melakukan pembayaran kompensasi kepada *top management* perusahaan.

Dengan semakin besar ukuran perusahaan dapat dikatakan bahwa semakin besar pula tanggungjawab manajemen, karena tidak mudah mengelola perusahaan besar dibandingkan perusahaan kecil. Hal ini disebabkan oleh perusahaan besar yang memiliki karyawan serta sumber daya dalam jumlah besar, sehingga tugas sebagai manajemenakan lebih kompleks dalam mengelola perusahaan besar, maka dari itu kompensasi yang diberikan kepada manajemen di perusahaan besar akan semakin besar dibandingkan dengan perusahaan kecil. Dengan ini dapat ditegaskan bahwa perusahaan-perusahaan besar memiliki lebih banyak sumber daya untuk menghargai manajemen mereka. Hal ini juga dapat terjadi di perusahaan Indonesia, yaitu perusahaan besar secara tidak langsung menciptakan persaingan antara pihak internal maupun eksternal perusahaan, demi mencapai posisi puncak karena perusahaan besar berani membayar dengan harga yang tinggi untuk *top management* perusahaannya.

Yanuar (2017) meneliti tentang Pengaruh Ukuran Perusahaan, dan Kinerja Perusahaan terhadap Kompensasi Eksekutif. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap kompensasi eksekutif. Hasil dari penelitian Penta (2016) ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap kompensasi *CEO*.

**H2:** Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap kompensasi *top management*.

### **3. Pengaruh Profitabilitas terhadap Kompensasi**

Penggunaan teori *signalling*, informasi berupa ROA atau tingkat pengembalian terhadap aset atau juga seberapa besar laba yang didapat dari aset yang digunakan, dengan demikian jika ROA tinggi maka akan menjadi sinyal yang baik bagi para investor, karena dengan ROA tinggi menunjukkan kinerja perusahaan tersebut baik maka investor akan tertarik untuk menginvestasikan dananya yang berupa surat berharga atau saham. Permintaan saham yang banyak maka harga saham akan meningkat.

Profitabilitas yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih tinggi pula. *Return on asset (ROA)* digunakan sebagai indikator kinerja perusahaan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya.

Saphira, et al. (2014) menyatakan *ROA* berpengaruh positif terhadap kompensasi. Semakin besar *ROA* suatu perusahaan, maka

semakin tinggi kompensasi berupa bonus yang diperoleh *top management*. Hal ini disebabkan karena semakin besar keuntungan yang diperoleh perusahaan dari salah satu indikator peningkatan kinerja perusahaan, maka perusahaan harus membayar kompensasi yang tinggi kepada *top management* untuk mengapresiasi peningkatan kinerja manajemen.

Ming dan Lee (2015) meneliti pengaruh *CSR* terhadap kompensasi *CEO* dengan variabel kontrol ukuran perusahaan, profitabilitas, umur *CEO*, masa jabatan *CEO*, serta *corporate governance*. Hasilnya menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap kompensasi *CEO*.

Penta (2016) meneliti pengaruh *CSR* terhadap kompensasi *CEO* dengan hasil profitabilitas berpengaruh positif terhadap kompensasi *CEO*.

**H3:** Profitabilitas berpengaruh positif terhadap kompensasi *top management*.

### C. Model Penelitian

Gambar 2.1

