

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

F. Landasan Teori

1. Teori *Stakeloders*

Teori *stakeholders* menyatakan bahwa perusahaan tidak bisa beroperasi jika hanya mengutamakan keuntungannya sendiri, namun perusahaan harus mendistribusikan nilai gunanya untuk semua *stakeholders* (pemegang saham, *suplier*, konsumen, kreditor, pemerintah dan masyarakat). Kelangsungan hidup perusahaan dipengaruhi oleh hubungan baik perusahaan dengan para *stakeholder*-nya (Ghozali dan Chariri, 2007). *Stakeholder* membutuhkan informasi mengenai perusahaan untuk melakukan evaluasi dan mengetahui sejauh mana perusahaan melaksanakan perannya sesuai dengan keinginan *stakeholder* yang mana menuntut adanya akuntabilitas perusahaan (Triwibowo, 2016). Sehingga, cara yang dilakukan perusahaan untuk memberikan informasi kepada seluruh *stakeholder* adalah dengan melakukan pengungkapan. Dalam pengungkapan yang dilakukan perusahaan, termasuk di dalamnya memuat informasi mengenai *CSR Disclosure*.

Teori *stakeholder* ini menjadi landasan bahwa perusahaan untuk mendapatkan dukungan dari *stakeholder* adalah dengan menunjukkan akuntabilitas melalui pengungkapan mengenai tanggung jawab sosial (*CSR Disclosure*) yang mana *CSR Disclosure* mencerminkan kepedulian

dan tanggung jawab perusahaan terhadap kehidupan sosial dan lingkungan.

2. Teori *Agency*

Jensen dan Meckling (1976) menyatakan bahwa teori *agency* adalah hubungan antara *agent* (manajemen perusahaan) dengan *principal* (pemilik usaha). Di dalam hubungan keagenan ini terdapat suatu kontrak dimana satu orang atau lebih (*principal*) memberikan perintah kepada orang lain (*agent*) untuk melakukan suatu jasa atas nama *principal* dan karena *agent* dianggap memiliki tujuan yang sama dengan *principal* yakni memaksimalkan nilai perusahaan, maka *principal* memberi wewenang kepada *agent* untuk membuat keputusan yang terbaik bagi perusahaan.

Terkait dengan kepentingan antara pemegang saham (*principal*) dengan manajer (*agent*), terkadang manajer (*agent*) yang notabene merupakan pihak-pihak yang mempunyai kepentingan terhadap nilai perusahaan, seringkali tidak bertindak sesuai dengan kepentingan *principal* yang lebih berorientasi pada keuntungan jangka panjang. Bertentangan dengan *principal*, manajer memiliki kecenderungan untuk memaksimalkan keuntungan jangka pendek, sehingga menimbulkan masalah-masalah yang disebut konflik keagenan. Oleh karena itu, diperlukan kontrol dari pihak luar yang memonitoring perusahaan agar berjalan sebagaimana mestinya (Viantoni, 2016).

Konflik keagenan dapat dikurangi atau dicegah dengan monitoring oleh *principal* melalui pengungkapan, salah satunya *CSR Disclosure* dalam laporan keuangan. *CSR Disclosure* menunjukkan bahwa manajer dalam mengelola perusahaan tidak hanya mementingkan diri sendiri, namun manajer juga peduli terhadap *stakeholder* dan lingkungan. Teori *agency* ini menjadi landasan bagi perusahaan untuk melakukan *CSR Disclosure*.

3. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Dewan Bisnis Dunia untuk Pembangunan Berkelanjutan (*World Business Council for Sustainable Development*) dalam publikasinya *Making Good Business Sense* menyebutkan definisi CSR ialah sebagai berikut.

" Continuing commitment by business to be have ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large."

Pengertian diatas menjelaskan CSR sebagai suatu bentuk komitmen perusahaan dalam melakukan bisnis yang dilakukan secara berkelanjutan untuk menunjukkan kepeduliannya dan keinginannya untuk meningkatkan pembangunan ekonomi sekaligus meningkatkan kesejahteraan karyawan dan keluarganya dan juga masyarakat luas secara keseluruhan.

CSR yang secara etimologis dalam bahasa Indonesia diterjemahkan menjadi Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) dijelaskan dalam Undang-undang tentang Perseroan Terbatas (UU PT) Nomor 40

Tahun 2007 Pasal (1) ayat (3) sebagai komitmen Perseroan Terbatas untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

4. Pengungkapan CSR (CSR Disclosure)

Pengungkapan adalah penyampaian informasi kepada pihak-pihak yang membutuhkan. Pengungkapan yang dilakukan perusahaan berbentuk laporan keuangan. Informasi yang disampaikan dalam laporan keuangan dapat berupa informasi kuantitatif (informasi keuangan) dan kualitatif (informasi non-keuangan, seperti pengungkapan CSR).

Perusahaan selain berusaha untuk menghasilkan laba namun juga harus mempunyai tanggung jawab untuk melaporkan kegiatannya, terutama kegiatan yang memiliki dampak terhadap kehidupan sosial dan lingkungan dengan mengungkapkan informasi CSR. Pengungkapan CSR di Indonesia telah diatur pelaksanaannya dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 1 (revisi 2007) paragraph 9 yang secara implisit menyarankan untuk mengungkapkan tanggung jawab akan masalah sosial sebagai berikut:

“Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (value added statement), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting”.

5. Struktur Kepemilikan dalam Perusahaan

Perusahaan yang terdaftar di bursa saham mempunyai lebih dari satu pemilik yang mengakibatkan terciptanya struktur kepemilikan dalam perusahaan. Struktur kepemilikan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Kepemilikan Institusional (*Institutional Ownership*)

Kepemilikan institusional (*institutional ownership*) ialah komposisi kepemilikan perusahaan oleh institusi atau lembaga selain bank, yakni perusahaan investasi, asuransi dan lainnya yang mengelola dana milik orang. Kepemilikan institusional diduga dapat mempengaruhi kinerja perusahaan. Institusional merupakan organisasi yang berbadan hukum, sehingga investor institusional akan memilih berinvestasi pada perusahaan yang dinilai taat dengan peraturan, yakni perusahaan yang mengungkapkan informasi mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungannya. Semakin besar jumlah saham yang dimiliki investor institusional, maka semakin besar pula tekanan bagi perusahaan untuk mengungkapkan informasinya *CSR Disclosure*.

2. Kepemilikan Asing (*Foreign Ownership*)

Kepemilikan asing (*foreign ownership*) ialah komposisi kepemilikan saham perusahaan oleh pihak yang tidak terdaftar sebagai warga negara, namun secara hukum diizinkan untuk melakukan kegiatan ekonomi di negara tempat perusahaan berada. Kepemilikan asing dijadikan sebagai variabel penduga yang dapat mempengaruhi

pengungkapan CSR karena negara-negara Eropa dan Amerika sangat *cocern* mengenai masalah sosial, lingkungan dan hak Asasi Manusia yang meliputi ketenagakerjaan, kesehatan, pendidikan, pencemaran dan hal-hal yang menyebabkan *global warming* (Kirana, 2009).

6. Kinerja Perusahaan

Kinerja keuangan merupakan gambaran mengenai berhasil atau tidaknya perusahaan dalam mencapai tujuannya, yakni memperoleh profit. Sehingga, kinerja keuangan dalam penelitian ini akan dinilai dari tingkat profitabilitas perusahaan yang akan diproksikan dengan *Return On Assets* (ROA).

Nurkhin (2009) menemukan bahwa semakin tinggi profitabilitas perusahaan, maka akan semakin tinggi pula tingkat pengungkapan CSR. Perusahaan yang memiliki rasio profitabilitas yang tinggi berarti perusahaan memiliki dana untuk melakukan CSR. Dan untuk menarik minat investor perusahaan akan melakukan dan mengungkapkan CSR.

7. Ukuran Perusahaan (*Size*)

Ukuran perusahaan merupakan skala yang menunjukkan besar atau kecilnya suatu perusahaan. Pada penelitian ini, ukuran perusahaan diukur dengan logaritma total aset perusahaan. Perusahaan dengan total aktiva yang besar artinya ukuran perusahaannya adalah besar. Perusahaan yang lebih besar sudah memiliki reputasi yang harus dijaga di pasar modal. Sehingga,

perusahaan besar akan menjaga eksistensinya dengan melakukan pengungkapan secara luas dan lengkap, termasuk dengan memasukkan informasi mengenai *CSR Disclosure*.

G. Penurunan Hipotesis dan Penelitian Terdahulu

Berdasarkan teori yang telah diuraikan sebelumnya, yaitu tentang teori *stakeholder*, teori *agency*, kemudian dirumuskan hipotesis dalam penelitian.

Pembahasan mengenai hipotesis adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh Kepemilikan Saham Institusional terhadap CSR Disclosure

Kepemilikan institusional (*institutional ownership*) adalah komposisi kepemilikan saham perusahaan oleh lembaga non-bank dimana lembaga tersebut mengelola dana atas nama orang lain (perusahaan asuransi, bank, dan perusahaan investasi, dan institusi lainnya yang mengelola dana pihak lain).

Coffey dan Fryxell (1991) menyebutkan bahwa jika tingkat pengungkapan CSR perusahaan tinggi maka akan menjadi nilai tambah bagi investor, khususnya investor institusional, karena investor institusional mempertimbangkan keuntungan jangka panjang yang akan didapatkan perusahaan dengan melakukan *CSR Disclosure*. Investor institusional dianggap penting oleh perusahaan dikarenakan investor institusional memiliki sumber dana yang cukup besar (Daniri dan Simatupang, 2011) sehingga umumnya merupakan pemegang saham dalam proporsi besar. Dikaitkan dengan teori *agency*, proporsi

kepemilikan saham institusional yang besar akan meningkatkan usaha pengawasan dari pihak investor institusional sebagai *principal*, sehingga dapat menghalangi perilaku *opportunistic* manajer. Hal ini menyebabkan tingkat pengendalian terhadap tindakan manajemen menjadi sangat tinggi. Hal tersebut kemudian memotivasi perusahaan melakukan pengungkapan informasi selengkap mungkin dalam laporan tahunannya, termasuk informasi mengenai *CSR Disclosure*, guna mendapat kepercayaan dari investor atau pemilik saham institusional. Hipotesis ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Karima (2013) dan Nugroho (2015) menemukan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap *CSR Disclosure*. Artinya, semakin besar kepemilikan institusional, maka *pressure* bagi perusahaan untuk melakukan *CSR Disclosure* juga semakin besar.

Berdasarkan alur pemikiran di atas, maka dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1: Kepemilikan saham institusional berpengaruh positif terhadap *CSR Disclosure*.

2. Pengaruh Kepemilikan Saham Asing terhadap *CSR Disclosure*

Kepemilikan asing (*foreign ownership*) ialah komposisi kepemilikan saham perusahaan oleh pihak yang tidak terdaftar sebagai warga negara, namun secara hukum diizinkan untuk melakukan kegiatan ekonomi di negara tempat perusahaan berada. Perusahaan

yang memiliki *foreign partner* diduga akan lebih luas dalam pengungkapan CSR (Amran dan Devi, 2008) karena Pihak asing dianggap lebih *concern* terhadap CSR *Disclosure* (Fauzi, 2006). Dikaitkan dengan teori *agency*, untuk mengatasi masalah asimetri informasi antara manajemen (*agent*) dan pemilik saham asing (*principal*), CSR *Disclosure* dapat dijadikan sebagai salah satu alat bagi *principal* untuk mengawasi kinerja *agent*. Semakin besar kepemilikan asing maka CSR *Disclosure* akan menjadi semakin luas mengingat bahwa pihak asing menganggap penting mengenai isu sosial dan lingkungan. Sehingga, manajemen memilih melakukan CSR *Disclosure* sebagai media untuk memperlihatkan tanggung jawab perusahaan kepada *principal*. Pendapat di atas didukung dengan penelitian sebelumnya yang menguji pengaruh kepemilikan saham asing terhadap CSR *Disclosure*. Hasil penelitian yang dilakukan dan Dewi (2016) dan Pengestika (2017) menyatakan bahwa kepemilikan saham asing memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan alur pemikiran di atas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: Kepemilikan saham asing berpengaruh positif terhadap CSR *Disclosure*.

3. Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR (*CSR Disclosure*)

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba (profit) pada periode tertentu. Profitabilitas digunakan sebagai alat untuk mengukur kinerja perusahaan pada penelitian ini. Perusahaan yang memiliki profit tinggi mengindikasikan kinerja perusahaan sudah baik. Apabila tingkat profitabilitas perusahaan tinggi, maka perusahaan akan cenderung mengalokasikan lebih banyak laba perusahaan untuk kegiatan tanggung jawab sosial (karena dana tersedia), sehingga akan berpengaruh juga terhadap banyaknya aktivitas CSR yang diungkapkan.

Pengaruh profitabilitas terhadap *CSR Disclosure* dikaitkan dengan teori *stakeholder*, perusahaan tidak dapat berdiri sendiri dan membutuhkan kerja sama dari semua pihak *stakeholder*. Perusahaan tidak dapat beroperasi jika hanya mengandalkan dirinya sendiri, maka demi mendapatkan kepercayaan *stakeholders*, perusahaan bertanggung jawab dalam memenuhi kebutuhan informasi secara lengkap. Profit yang tinggi pada perusahaan berarti perusahaan memiliki dana dan diduga akan melakukan CSR. Sehingga, perusahaan diharapkan mengungkapkannya informasi tersebut pada laporan tahunannya. Hipotesis ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan Wahwini (2015) dan Febriastuti (2017)

menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR *Disclosure*. Di mana, semakin tinggi profitabilitas maka semakin besar tekanan bagi perusahaan untuk melakukan CSR *Disclosure*.

Berdasarkan alur pemikiran di atas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR *Disclosure*.

4. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap CSR *Disclosure*

Ukuran perusahaan merupakan gambaran besar atau kecilnya sebuah perusahaan yang dapat diukur dari beberapa aspek, yakni total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata tingkat penjualan, rata-rata total aktiva atau logaritma total aset. Dikaitkan dengan teori *stakeholders*, semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin besar pula jumlah *stakeholders* yang dimiliki perusahaan. Sehingga, perusahaan termasuk dalam kategori perusahaan besar cenderung akan melakukan pengungkapan secara lebih luas dan lengkap karna cakupan tanggung jawab yang lebih luas dibanding perusahaan kategori kecil.

Menurut Cowen *et. al.*, (1987), perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan. Sehingga, perusahaan besar akan berusaha untuk menjaga reputasinya di mata pemegang saham dan masyarakat (*stakeholders*) dengan melakukan

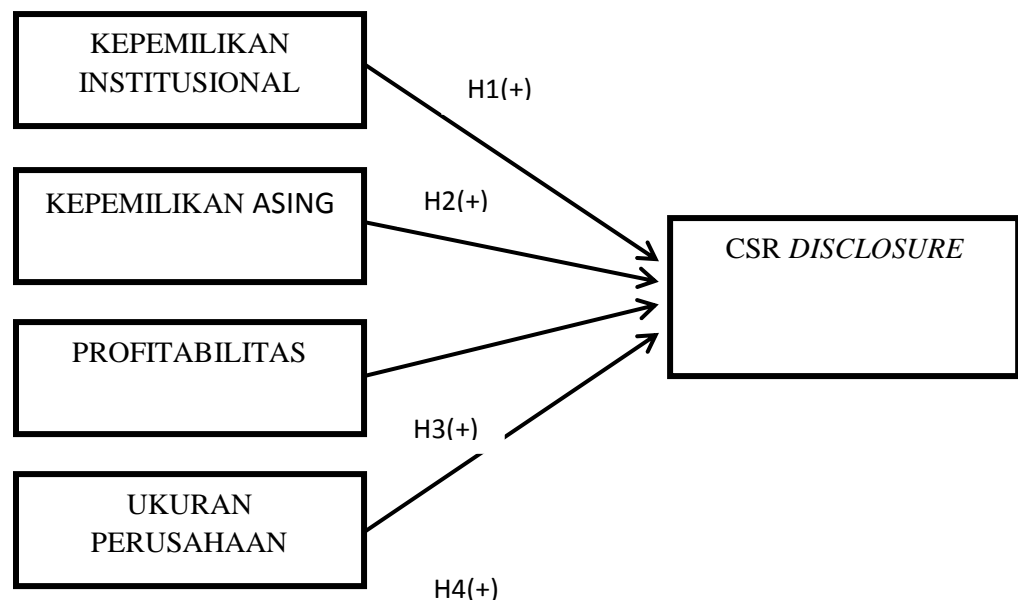
pengungkapan secara luas, termasuk mengungkapkan informasi mengenai *CSR Disclosure*. Hipotesis ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang dilakukan Febriastuti (2017) dan Subekti (2018) menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap *CSR Disclosure*.

Berdasarkan alur pemikiran di atas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *CSR Disclosure*.

H. Model Penelitian

Variabel dependen pada penelitian ialah *CSR Disclosure*. Sedangkan variabel independennya ialah kepemilikan saham institusional, kepemilikan saham asing, profitabilitas dan ukuran perusahaan.



Gambar 2.1
Model Penelitian