

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu dibawah ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian, sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Judul, Nama dan Tahun Penelitian	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Pengelolaan Tata Kelola Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Di Dalam Laporan <i>Sustainability</i> . Yunita Ratnasari Dan Prastiwi (2010)	Variabel Bebas : a. Karakteristik GCG (ukuran dewan komisaris, jumlah rapat dewan komisaris, proporsi komisaris independen, ukuran komite audit, jumlah rapat komite audit) b. <i>Leverage</i> Variabel terikat : Pengungkapan Keberlanjutan	Analisis Regresi Linear Berganda	GCG tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan keberlanjutan, sedangkan <i>leverage</i> berpengaruh signifikan negatif terhadap pengungkapan keberlanjutan.

Dilanjutkan

Lanjutan

2.	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , dan Kepemilikan Publik Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> , Meita Wahyu Rindawati dan Nur Fadjrih (2015)	Variabel Bebas : a. Profitabilitas b. Ukuran Perusahaan c. <i>Leverage</i> d. Kepemilikan Publik  Variabel terikat : Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Analisis Regresi Linear Berganda	Profitabilitas berpengaruh positif terhadap indeks pengungkapan CSR. Ukuran perusahaan, <i>Leverage</i> , dan Kepemilikan publik tidak berpengaruh positif terhadap indeks pengungkapan CSR.
3.	Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> , Okky Hendro Subiantoro dan Titik Mildawati (2015)	Variabel Bebas : a. Ukuran Perusahaan b. <i>Leverage</i> c. Ukuran Dewan Komisaris d. Tipe Industri e. Kepemilikan Manajemen f. Profitabilitas  Variabel terikat : Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Analisis Regresi Linear Berganda	Ukuran perusahaan, <i>Leverage</i> , profitabilitas, tipe industri, dan kepemilikan manajemen tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
4.	Pengaruh Tata Kelola Perusahaan, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial	Variabel Bebas : a. GCG (Dewan Komisaris, Komite Audit, Dan Kepemilikan Institusional b. Profitabilitas c. Ukuran	Analisis Regresi Linear Berganda	Dewan komisaris, komite audit, kepemilikan institusional, dan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan

Dilanjutkan

Lanjutan

	Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode Tahun 2013-2015). Andre Virgia Pradana (2017)	Perusahaan. Variabel Terikat : Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial		terhadap pengungkapan CSR.
5.	Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Karakteristik Perusahaan Terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> , Virgiwan Aditya Permana dan Raharja (2012)	Variabel Bebas : a. Kinerja Lingkungan b. Ukuran Perusahaan c. Profitabilitas d. Frekuensi Rapat Komite Audit e. <i>Profile</i> Perusahaan f. Ukuran Dewan Komisaris g. <i>Leverage</i>  Variabel terikat : <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i>	Analisis Regresi Berganda	Kinerja lingkungan, ukuran perusahaan, profitabilitas, profitabilitas dan <i>profile</i> perusahaan berpengaruh terhadap CSR <i>disclosure</i> . Sedangkan ukuran dewan komisaris, dan <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap CSR <i>disclosure</i> .
6.	Pengaruh <i>Leverage</i> , Profitabilitas dan Size Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Pada Perusahaan di Bursa Efek Indonesia	Variabel Bebas : a. <i>Leverage</i> b. Profitabilitas c. <i>Size</i>	Analisis Regresi Panel	<i>Leverage</i> dan profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> , sedangkan <i>Size</i> tidak berpengaruh terhadap <i>corporate social responsibility</i> .
7.	<i>Influence of Corporate Governance on the Extent of Corporate Social</i>	Variabel Bebas : a. <i>Governance Ownership</i>	<i>Regression Analysis</i>	<i>Governance Ownership</i> tidak berpengaruh terhadap CSR

Dilanjutkan

Lanjutan

	<i>Responsibility and Environmental Reporting</i> , Mohd Hassan, Hafiza dan Nur Raihan (2015)	b. <i>Board Independence</i> c. <i>Board Size</i> e. <i>CEO Duality</i>  Variabel terikat : <i>Extent of Corporate Social Responsibility and Environmental Reporting</i>	dan <i>Environmental Reporting. Board Independence</i> berpengaruh terhadap CSR. <i>Board Size</i> berpengaruh terhadap CSR. <i>CEO Duality</i> tidak berpengaruh terhadap CSR dan <i>Environmental Reporting.</i>
--	---	---	---

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

#### 1. Landasan Teoritis *Social Responsibility*

##### A. Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Legitimasi adalah kondisi psikologis keberpihakan individu dan komunitas yang sangat kritis terhadap kondisi alam sekitar baik secara fisik maupun nonfisik (Hadi, 2011). Teori legitimasi mengharuskan perusahaan dalam memastikan bahwa kegiatan perusahaan dapat diterima oleh masyarakat dimana perusahaan tersebut beroperasi.

Perusahaan menggunakan laporan tahunannya, yang didalamnya terdapat pelaporan sosial dan lingkungan untuk mewujudkan kinerja yang baik kepada masyarakat dan investor. Dengan pengungkapan tersebut, diharapkan dapat meningkatkan

nilai perusahaan sehingga perusahaan akan memperoleh pandangan dan nilai yang baik dan juga mempunyai daya tarik atau mendorong penanam saham untuk menanamkan modalnya.

Legitimasi mengalami perubahan searah dengan perubahan masyarakat dan lingkungan, oleh karena itu perusahaan diharuskan untuk menyelaraskan perubahan tersebut baik terhadap produk, metode, dan tujuan. Dari uraian diatas bisa diambil kesimpulan bahwa legitimasi perusahaan dimata *stakeholder* adalah hal penting guna meningkatkan nilai dan pandangan yang baik (Hadi, 2011). Dengan demikian, teori legitimasi ialah salah satu teori yang melandasi pengungkapan CSR.

Pengungkapan CSR merupakan investasi jangka panjang untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari *stakeholder*, sehingga bisa menjadi dasar dalam membangun strategi perusahaan.

#### B. Teori *Stakeholder* (*Stakeholder Theory*)

*Stakeholder* adalah seluruh pihak baik internal ataupun eksternal yang mempunyai peran baik mempengaruhi ataupun dipengaruhi (Hadi, 2011). Perusahaan bukan hanya bertanggung jawab kepada para pemilik (*shareholder*) saja tetapi perusahaan juga harus bertanggung jawab terhadap sosial kemasyarakatan. Hal tersebut dikarenakan adanya tuntutan dari masyarakat karena

dampak buruk yang timbul dari aktivitas perusahaan.

Ratnasari dan Prastiwi (2010) mengungkapkan bahwa salah satu kebijakan yang diterapkan perusahaan untuk memelihara hubungan baik dengan para *stakeholder*-nya adalah dengan pengungkapan informasi sosial dan lingkungan. Sehingga perusahaan memperoleh suport dari *stakeholder* yang berpengaruh terhadap kelangsungan hidupnya.

#### C. Teori Kontrak Sosial (*Social Contract Theory*)

Adanya timbal balik dalam aktivitas sosial masyarakat, agar terjadi keselarasan, keserasian dan keseimbangan dalam lingkungan, semua hal tersebut akhirnya memicu timbulnya kontrak sosial (*social contract*) antara perusahaan dengan lingkungan dan masyarakat (Rindawati dan Nur, 2015).

Perusahaan berisi sekelompok orang yang mempunyai tujuan sama dan berupaya mewujudkan tujuan tersebut secara bersama - sama, adalah bagian dari masyarakat dalam lingkungan yang lebih besar. Keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh masyarakat, dan sebaliknya. Untuk itu, agar terjadi keserasian, maka diperlukan kontrak sosial (*social contract*) baik secara eksplisit maupun implisit sehingga terwujud jalan tengah yang tidak merugikan salah satu pihak (Hadi, 2011).

#### D. Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori yang melandasi pelaksanaan usaha perusahaan yang

digunakan selama ini adalah teori keagenan (*agency theory*). Sinergi teori ekonomi, teori keputusan, sosiologi dan teori organisasi adalah akar dari teori keagenan ini. Hubungan kontrak antar anggota-anggota dalam perusahaan dimana prinsipal dan agen sebagai pelaku utama adalah hal yang mendasari teori keagenan. Pihak yang mempunyai modal untuk membiayai operasional perusahaan disebut prinsipal, sedangkan manajer merupakan pelaku kegiatan operasional perusahaan.

Menurut Jansen dan Meckling (1976) dalam Permana dan Raharja (2012) ada dua jenis bentuk hubungan keagenan, yaitu antara manajer dan pemegang saham (*shareholders*), dan antara manajer dan pemberi pinjaman (*bondholders*). Dalam teori keagenan terdapat perbedaan “kepentingan ekonomis”, perbedaan kepentingan ini bisa dikarenakan ataupun diakibatkan munculnya kesenjangan informasi antara pemegang saham dan organisasi.

Praktik CSR dan pengungkapannya juga dihubungkan dengan teori keagenan, pengungkapan CSR ialah salah satu tujuan manajemen untuk menambah kinerjanya terutama dalam kinerja sosial (Aini, 2015). Dengan pengungkapan CSR tersebut perusahaan akan mendapat penilaian positif dari *stakeholders*.

## 2. Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR)

*Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu langkah atau konsep yang dilaksanakan oleh perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap sosial atau lingkungan sekitar perusahaan itu berdiri. Pengungkapan sosial ini bertujuan untuk mengungkapkan aktifitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan dan sosial untuk memberi nilai lebih kepada perusahaan, baik dari segi pencitraan masyarakat atau untuk tujuan laba (Ermayanti, 2016).

*Corporate Social Responsibility* adalah proses penting dalam penyelenggaraan biaya dan laba aktivitas usaha dengan *stakeholders* baik secara internal (pekerja, *shareholders* dan penanam modal) maupun eksternal (kelembagaan pengaturan umum, anggota-anggota masyarakat, kelompok masyarakat sipil dan perusahaan lain), dimana tidak hanya terbatas pada konsep pemberian donor saja, tapi konsepnya sangat luas dan tidak bersifat statis dan pasif, akan tetapi merupakan hak dan kewajiban yang dimiliki bersama antar *stakeholders* (Aini, 2015).

Pada prinsipnya CSR atau yang biasa dikenal dengan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan memiliki definisi yang beragam, tergantung pada visi perusahaan. Menurut Wahyudi (2008:36) memberikan definisi CSR adalah sebagai janji perusahaan dalam menjalankan kewajibannya atas dasar kepastian untuk menetapkan

kebijakan dan langkah dengan memperhatikan *stakeholders* dan lingkungan dimana perusahaan melaksanakan kegiatannya berdasarkan pada hukum yang berlaku.

Dari berbagai definisi CSR yang ada, Dahlsrud (2008) menjelaskan dan menyimpulkan bahwa definisi CSR itu secara konsisten mengandung 5 dimensi, yaitu:

1. Dimensi Lingkungan yang mengarah pada lingkungan hidup, seperti menciptakan lingkungan yang lebih bersih, pengelolaan lingkungan, *environmental stewardship*, peduli lingkungan dalam pelaksanaan operasi bisnis, dll.
2. Dimensi Sosial yaitu hubungan antara bisnis dan masyarakat, seperti berpartisipasi menciptakan masyarakat yang lebih baik, mengintegrasikan kepentingan sosial dalam operasi bisnis, memperhatikan dampak terhadap masyarakat, dll.
3. Dimensi Ekonomis yang menjelaskan aspek sosial-ekonomis atau keuangan bisnis, seperti turut menyumbang pembangunan ekonomi, mempertahankan keuntungan, dll.
4. Dimensi Pemangku Kepentingan (*Stakeholder*) yang tentunya menjelaskan hubungan bisnis dengan pemangku kepentingannya, seperti hubungan perusahaan dengan pegawai, pemasok, konsumen, dll.
5. Dimensi Kesukarelaan (*Voluntary*) sehubungan dengan kondisi yang tidak diatur oleh hukum atau peraturan, seperti berdasarkan

nilai-nilai etika, kesukarelaan, dll.

Berdasarkan pengertian diatas diambil kesimpulan bahwa CSR adalah suatu upaya tanggung jawab atau kontribusi perusahaan atau organisasi secara berkelanjutan atas dampak yang diakibatkan dari keputusan dan kegiatan yang sudah diambil dan dilaksanakan oleh perusahaan tersebut, dimana akibat itu pastinya akan dirasakan atau berpengaruh terhadap pihak-pihak yang terkait terutama masyarakat dan lingkungan yang ada disekitar perusahaan tersebut berdiri.

Kontribusi dari organisasi atau perusahaan tersebut dapat berupa bantuan pendanaan, bantuan tenaga yang ahli dari perusahaan, bantuan barang, dan sebagainya. Harus dibedakan antara aktivitas CSR dengan *Charity*, kegiatan *charity* tidak rutin diadakan dan biasanya menimbulkan ketergantungan masyarakat terhadap organisasi atau perusahaan. Sedangkan program CSR merupakan program yang berkelanjutan dan bertujuan untuk menciptakan masyarakat yang mandiri.

Dalam penelitian ini CSR diukur menggunakan *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI) berdasarkan pada indikator *Global Reporting Initiative: G4* yang terdiri dari 91 item pengungkapan (GRI, 2013) antara lain aspek keuangan, aspek lingkungan dan aspek sosial. Perhitungan CSRI GRI G4 sebagai berikut :

$$CSRI = \frac{\sum(KKi + KLi + KSi)}{\sum \text{indeks GRI}}$$

### 3. Prinsip - Prinsip *Corporate Social Responsibility*

Ruang lingkup tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility* mencakup aspek yang sangat luas dan kompleks. Selain itu, *corporate social responsibility* juga berisi pemahaman yang sangat berbeda, terutama dihubungkan dengan kepentingan *stakeholder*. Oleh karena itu, untuk memudahkan pemahaman *corporate social responsibility*, banyak ahli mencoba menggarisbawahi prinsip dasar yang terkandung dalam *corporate social responsibility*.

Crowther David (2008) menguraikan prinsip-prinsip *corporate social responsibility* menjadi tiga, yaitu :

1. *Sustainability*, terkait dengan bagaimana perusahaan dalam menjalankan kegiatannya (*action*) dengan tetap memperhatikan kemampuan sumberdaya dimasa depan. Keberlanjutan juga memberikan panduan bagaimana pendayagunaan sumberdaya sekarang dan tetap memperhatikan dan memperhitungkan kemampuan generasi masa depan (Hadi Nor, 2011).
2. *Accountability*, merupakan cara perusahaan terbuka dan bertanggung jawab atas kegiatan yang telah dilaksanakan. Akuntabilitas dibutuhkan ketika kegiatan perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan luar. Konsep ini

menguraikan pengaruh kuantitatif kegiatan perusahaan terhadap pihak dalam dan luar (Crowther, 2008). Akuntabilitas bisa dijadikan sebagai alat bagi perusahaan menciptakan pandangan dan jaringan kerja terhadap para *stakeholder* (Hadi Nor, 2011). Nor Hadi (2009) menguraikan bahwa luas dan informasi suatu laporan perusahaan memiliki dampak sosial ataupun ekonomi. Tingkat akuntabilitas dan tanggungjawab perusahaan yang memutuskan legitimasi *stakeholder* luar, dan bisa menaikkan transaksi saham perusahaan (Hadi Nor, 2011).

3. *Transparency*, yaitu prinsip yang berarti untuk pihak luar perusahaan, karena transparansi berkaitan dengan pelaporan aktivitas perusahaan. Crowther (2008) menyatakan dampak transparansi terhadap pihak eksternal sebagai berikut :

*“Transparency, as a principle, means that the external impact of the actions of the organisation can be ascertained from that organisation's reporting and pertinent facts are not disguised within that reporting. The effect of the action of the organisation, include external impact, should be apparent to all from using the information provided by the organisation's reporting mechanism.”*

Transparansi adalah salah satu hal yang paling berarti untuk pihak luar karena berfungsi untuk meminimalkan kesalahan informasi, kesalahpahaman, terutama informasi dan pertanggungjawaban terhadap berbagai dampak dari lingkungan.

#### **4. Manfaat *Corporate Social Responsibility***

Dalam melaksanakan tanggung jawab sosialnya,

perusahaan memprioritaskan kepeduliannya kepada tiga hal, yaitu keuntungan, lingkungan, dan masyarakat (Kurniawati, 2013).

Perusahaan bisa memberikan dividen bagi investor, mengalokasikannya sebagian keuntungan yang didapatkan untuk modal pertumbuhan dan pengembangan bisnis pada masa mendatang, serta membayar pajak kepada pemerintah, hal tersebut dapat diperoleh dari keuntungan yang didapatkan suatu perusahaan. Dengan lebih memprioritaskan kepedulian pada lingkungan sekitar perusahaan dapat ikut serta dalam upaya pemeliharaan lingkungan demi meningkatkan derajat hidup masyarakat di masa depan.

Perusahaan dapat melaksanakan kegiatan - kegiatan dan membuat kebijakan-kebijakan yang bisa menambah keterampilan yang dimiliki di berbagai bidang untuk menunjukkan perhatian terhadap masyarakat. Ada berbagai keuntungan yang yang bisa didapat dari kegiatan CSR dari sisi perusahaan. Manfaat tersebut menurut Susanto (2009) antara lain:

1. Meminimalkan dampak dan kritikan yang ditujukan pada perusahaan. Perusahaan yang melaksanakan tanggung jawab sosialnya terus - menerus akan memperoleh *suport* dari masyarakat yang telah menuai keuntungan dari kegiatan - kegiatan yang dilaksanakan. CSR akan meningkatkan nama

baik perusahaan, yang dalam rentang waktu panjang akan mendongkrak nilai perusahaan.

2. Sebagai pengayom dan mendukung perusahaan menurunkan akibat buruk yang dikarenakan suatu krisis. Sebagai contoh, sebuah perusahaan pertambangan dilanda isu adanya pencemaran lingkungan dalam pembuangan limbahnya. Namun, karena perusahaan tersebut dianggap terus - menerus dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, maka masyarakat dapat menerima, memahami serta memaafkan sehingga hampir tidak memengaruhi aktivitas dan kinerjanya.
3. Keikutsertaan dan kebanggaan pegawai. Pegawai akan merasa bangga bekerja pada perusahaan yang mempunyai nilai yang baik, yang secara terus - menerus melaksanakan upaya peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitar. Hal ini akan meningkatkan kinerja dan produktivitas.
4. Memperbaiki dan meningkatkan kerjasama antara perusahaan dengan para *stakeholder*-nya. Pelaksanaan CSR secara konsisten membuat para *stakeholder* bangga dan merasa aman dalam melakukan kerjasama dengan perusahaan.
5. Meningkatkan penjualan. Seperti yang terungkap dalam penelitian *Roper Search Worldwide* dalam Susanto (2009), bahwa pembeli akan lebih memilih barang - barang yang

dihasilkan oleh perusahaan yang terus - menerus melakukan tanggung jawab sosialnya sehingga mempunyai nilai yang baik.

6. Insentif-insentif lainnya, seperti insentif pajak dan berbagai perlakuan khusus lainnya. Hal ini perlu dilakukan untuk membuat perusahaan lebih aktif lagi melaksanakan tanggung jawab sosialnya.

## **2.2.2 Good Corporate Governance (GCG)**

### **1. Pengertian Good Corporate Governance (GCG)**

*Good Corporate Governance* adalah kumpulan peraturan yang mengatur hubungan antara investor, pengurus (pengelola) perusahaan, pihak kreditur, pemerintah, pegawai serta para pemegang kepentingan dalam dan luar lainnya yang berhubungan dengan hak dan kewajiban mereka atau dengan kata lain disebut sistem pengendalian perusahaan (*forum Corporate Governance In Indonesia*, 2001 dalam Febriyanto, 2013).

*Good Corporate Governance* adalah suatu rangkaian dari struktur yang dipakai oleh perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan secara berkelanjutan dalam jangka panjang bagi investor dengan tetap memprioritaskan kebutuhan *stakeholder* lainnya, berdasarkan peraturan perundang-undangan dan norma yang berlaku (Komite Nasional Kebijakan *Corporate Governance*, 2004 dalam Febriyanto, 2013).

Berdasarkan pengertian diatas, *corporate governance* diartikan sebagai suatu sistem pengendalian internal perusahaan yang mempunyai prinsip untuk meminimalkan resiko guna mewujudkan tujuan usahanya dengan penggunaan aktiva perusahaan dan menambah penanaman modal oleh investor dalam jangka panjang (Effendi, 2009). Adapun karakteristik *good corporate governance* yang diteliti dilihat dari faktor dewan komisaris, komite audit, manajemen serta kepemilikan saham. Dewan komisaris terdiri dari ukuran dewan komisaris, komisaris independen, kepemilikan komisaris, dan kualitas audit. Komite audit terdiri dari ukuran komite audit, komite audit independen, dan ahli bidang keuangan. Manajemen terdiri dari ukuran dewan direksi, kepemilikan manajerial, dan hubungan keluarga. Sedangkan kepemilikan saham terdiri dari kepemilikan institusional.

Pengukuran indikator GCG menggunakan pengukuran sesuai dengan Pujiati (2012). Kriteria Penskoran dan bobot masing-masing. *Presence of board of commisionar: weight 45%, Audit Commite: Weight 20%, Management : Weight 20%, Shareholder : Weight 15%*

Faktor dewan komisaris dalam suatu perusahaan lebih ditekankan pada fungsi monitoring dari implementasi kebijakan direksi. Peran komisaris ini diharapkan akan meminimalisir permasalahan agensi yang timbul antara dewan direksi dengan

pemegang saham. Faktor dewan komisaris dengan bobot 45%, terdiri dari ukuran dewan komisaris yang diketahui dari jumlah seluruh dewan komisaris, komisaris independen diketahui dari jumlah komisaris independen dibagi jumlah seluruh dewan komisaris dikalikan dengan seratus persen, kepemilikan komisaris diketahui dari jumlah kepemilikan saham oleh dewan komisaris dibagi dengan jumlah seluruh saham yang beredar dikalikan seratus persen, dan kualitas audit diketahui dari KAP yang digunakan, KAP besar (*Big Four*) dipersepsikan akan melakukan audit dengan lebih berkualitas dibandingkan dengan KAP kecil (*Non Big Four*).

Faktor komite audit dengan bobot 20%, komite audit bertanggung jawab untuk mengawasi laporan keuangan, mengawasi audit eksternal, dan mengamati sistem pengendalian internal (termasuk audit internal) dapat mengurangi sifat *opportunistic* manajemen. Komite audit terdiri dari ukuran komite audit yang diketahui dari jumlah komite audit, komite audit independen yang diketahui dari jumlah komite audit independen dibagi dengan jumlah seluruh komite audit dan dikali seratus persen, ahli bidang keuangan yang diketahui dari ada atau tidaknya ahli dalam bidang keuangan.

Faktor manajemen dengan bobot 20%, manajemen atau direksi sebagai organ perusahaan bertugas dan bertanggung jawab secara kolegal dalam mengelola perusahaan. Jumlah anggota direksi disesuaikan dengan kompleksitas perusahaan dengan tetap

memperhatikan efektifitas dalam pengambilan keputusan. Manajemen terdiri dari ukuran dewan direksi yang diketahui dari jumlah dewan direksi, kepemilikan manajerial yang diketahui dari jumlah kepemilikan saham oleh dewan komisaris dan direksi dibagi jumlah seluruh saham yang beredar kemudian dikalikan seratus persen, hubungan keluarga diketahui dari ada atau tidaknya hubungan keluarga dalam manajemen.

Faktor kepemilikan saham dengan bobot 15%, kepemilikan institusional dapat dilihat berdasarkan persentase kepemilikan saham oleh perbankan, perusahaan asuransi, dana pensiun, reksadana dan institusi lain dibagi total jumlah saham yang beredar. Kepemilikan saham terdiri dari kepemilikan saham institusional yang dapat diketahui dengan jumlah kepemilikan saham institusi dibagi jumlah seluruh saham yang beredar kemudian dibagi dengan seratus persen.

## **2. Prinsip - Prinsip *Good Corporate Governance***

Dalam membangun kerangka kerja penerapan *Corporate Governance* oleh pembuat kebijakan (pemerintah), prinsip *good corporate governance* diharapkan menjadi titik rujukannya. Prinsip *good corporate governance* bisa menjadi dasar pelaksanaan terbaik bagi pelaku usaha dan pasar modal, bagi pengembangan kinerja dan keberlanjutan perusahaan

GCG adalah suatu tata kelola perusahaan yang melaksanakan

dasar - dasar keterbukaan (*transparancy*), akuntabilitas (*accountability*), pertanggungjawaban (*responsibility*), profesional (*professional*), dan kewajaran (*fairness*) (Tambunan, 2017). Penjelasan lima prinsip dasar pelaksanaan GCG diatas yang dirilis oleh *Organisation for Economic Cooperation and Development* (OECD) sebagai berikut:

- A. Prinsip Akuntabilitas ketegasan manfaat dan implementasi pertanggungjawaban organisasi perusahaan sehingga manajemennya berlangsung secara efektif. Kepada pemegang saham dan *stakeholder* adalah tanggung jawab yang perlu dijalankan oleh manajemen perusahaan. Beberapa prinsip untuk menerapkan prinsip akuntabilitas diatas adalah sebagai berikut :
- a. Direksi dan karyawan mengetahui visi, misi dan tujuan serta target-target operasional perusahaan.
  - b. Direksi dan karyawan memahami peran, tugas, dan tanggung jawabnya.
  - c. Uraian tugas disetiap unit usaha telah ditetapkan searah dengan visi, misi dan tujuan perusahaan.
  - d. Proses pengambilan keputusan perusahaan sesuai dengan cara dan kebijakan yang disepakati.
  - e. Proses *check and balance* dilakukan pada semua unit usaha.
  - f. Sistem penilaian kinerja operasi, organisasi, dan sistem penilaian kinerja individu ditetapkan dan dievaluasi dengan

baik oleh perusahaan.

- g. Pertanggungjawaban kinerja manajemen perusahaan dilakukan secara berkala.
  - h. Hasil pekerjaan didokumentasikan, dipelihara, dan dijaga perusahaan dengan baik.
- B. Prinsip Transparansi Keterbukaan dalam menyajikan informasi yang material dan penting serta keterbukaan dalam prosedur pengambilan keputusan adalah pengertian dari transparansi. Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam penerapan prinsip transparansi, sebagai berikut :
- a. Seluruh *stakeholder* bisa mengetahui prosedur dalam pengambilan keputusan manajerial perusahaan.
  - b. Pemegang saham mempunyai hak mendapatkan informasi keuangan perusahaan yang relevan dan berkala.
  - c. Proses pengumpulan informasi telah dilakukan unit kerja yang ditunjuk secara terbuka, objektif, dan menjaga kerahasiaan pelanggan.
  - d. Direksi dan karyawan telah terbuka dalam pengambilan keputusan.
  - e. Informasi dan prosedur serta kebijakan organisasi telah dipublikasikan secara tertulis.
  - f. Pemeriksa *intern*, *ekstern*, dan komite audit memiliki akses atas informasi.

- g. Menyampaikan laporan keuangan yang sudah diperiksa akuntan publik secara periodik.
- C. Prinsip Kewajaran Terdapat keadilan dan kesetaraan dalam melengkapi hak-hak *stakeholder* sesuai dengan kesepakatan dan peraturan yang berlaku adalah pengertian dari kewajaran. Dalam menerapkan prinsip kewajaran, perusahaan harus menetapkan beberapa kondisi sebagai berikut :
- a. Direksi perusahaan dan karyawan telah memprioritaskan keperluan semua *stakeholder* secara adil sesuai ketentuan yang berlaku umum.
  - b. Perlakuan, hubungan kerja, dan pelatihan pada para pegawai dilaksanakan dengan memperhatikan hak dan kewajiban secara adil.
  - c. Adanya perlakuan yang adil kepada seluruh nasabah, pelanggan, dan pemilik dalam pemberian pelayanan.
- D. Prinsip Profesional Perusahaan memiliki kompetensi, mampu bertindak objektif dan bebas dari dampak atau paksaan dari seluruh pihak (independen), dan mempunyai tanggung jawab yang besar untuk menumbuhkan perusahaan adalah makna dari prinsip profesional. Dalam menerapkan prinsip profesional, prinsip pokok yang perlu diterapkan adalah :
- a. Proses pengambilan keputusan yang objektif untuk sebesar-besarnya kepentingan perusahaan, tidak mendahulukan keluarga

dan kawan-kawan.

b. Keputusan direksi perusahaan lepas dari konflik kepentingan.

E. Prinsip Pertanggungjawaban konsistensi manajemen perusahaan dengan peraturanperundang-undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip manajemen perusahaan yang sehat adalah pengertian prinsip pertanggungjawaban. Dalam menerapkan prinsip pertanggungjawaban, prinsip penting yang harus diterapkan adalah :

a. Direksi sampai dengan karyawan paling bawah memahami peraturan perusahaan.

b. Direksi dan karyawan melaksanakan sistem tata nilai dan budaya perusahaan yang ditetapkan perusahaan.

c. Proses pengambilan keputusan menggunakan cara dan proses yang telah ditetapkan.

d. Direksi dan karyawan bekerja berdasarkan standar operasional dan prosedur (SOP) yang berlaku.

e. Setiap unit organisasi berusaha menghindari kerugian bagi perusahaan dan *stakeholder*.

f. Proses delegasi wewenang perusahaan dijalankan dengan cukup baik.

g. Direksi dan unit kerja melakukan pertanggungjawaban hasil kerja secara periodik.

Tidak hanya untuk memperoleh pengelolaan perusahaan yang sesuai dengan lima prinsip dasar, implementasi *good corporate governance* juga ditujukan untuk kepentingan yang lebih luas. Kepentingan ini adalah untuk menjamin kepentingan *stakeholder* dan menambah disiplin terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku serta nilai-nilai etika yang berlaku secara umum pada perusahaan.

### **2.2.3 Profitabilitas**

Menurut Hendra (2009:205) rasio profitabilitas adalah rasio yang menaksir kapabilitas para eksekutif perusahaan dalam menghasilkan tingkat keuntungan baik dalam bentuk laba maupun nilai ekonomis atas penjualan, aset bersih perusahaan maupun modal sendiri. Profitabilitas adalah rasio perbandingan antara keuntungan yang diperoleh dalam suatu periode atau dengan jumlah aktiva atau jumlah modal perusahaan digunakan untuk mengetahui profitabilitas perusahaan. Profitabilitas dalam penelitian ini dihitung dengan ROA, yaitu laba bersih setelah pajak dibagi dengan total aset kemudian dikalikan seratus persen.

### **2.2.4 Ukuran Perusahaan**

Menurut Hackston dan Milne (dalam Ratnasari, 2011:80) bahwa ukuran perusahaan dapat ditentukan dari jumlah karyawan, total aktiva, total penjualan, atau peringkat indeks. Menurut Hilmi dan Ali (2008)

ukuran perusahaan bisa diukur dari beberapa aspek. Total nilai aset, total penjualan, kapitalisasi pasar, jumlah karyawan dapat menjadi tolak ukur besar kecilnya ukuran perusahaan. Jika item-item tersebut nilainya besar maka semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut. Jika modal yang ditanam banyak maka semakin besar aktiva, semakin banyak penjualan maka semakin banyak perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ia dikenal dalam masyarakat. Ukuran perusahaan dalam penelitian ini dihitung dengan LN total asset.

### **2.3 Pengaruh Antar Variabel**

#### **1. Pengaruh *Good Corporate Governance Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure***

*Good corporate governance* tidak bisa terlepas dalam praktik pengungkapan CSR. Salah satu dasar *good corporate governance* adalah keterbukaan, yang prinsipnya antara lain menyatakan bahwa perusahaan perlu memperhatikan kepentingan *stakeholder*-nya berdasarkan dengan peraturan yang berlaku dan mewujudkan kerjasama yang aktif dengan *stakeholder* demi keberlanjutan perusahaan.

Menurut Sam'ani (2008) menyatakan bahwa dewan komisaris adalah pusat dari *corporate governance* yang bertugas untuk menjamin pelaksanaan strategis perusahaan, mengawasi manajemen perusahaan serta mewujudkan terlaksananya akuntabilitas. Mekanisme *corporate*

*governance* lainnya adalah komite audit, manajemen, dan kepemilikan saham.

Karakteristik *good corporate governance* yang diteliti dalam penelitian ini dilihat dari faktor dewan komisaris, komite audit, manajemen serta kepemilikan saham. Dewan komisaris terdiri dari ukuran dewan komisaris, komisaris independen, kepemilikan komisaris, dan kualitas audit. Komite audit terdiri dari ukuran komite audit, komite audit independen, dan ahli bidang keuangan. Manajemen terdiri dari ukuran dewan direksi, kepemilikan manajerial, dan hubungan keluarga. Sedangkan kepemilikan saham terdiri dari kepemilikan institusional.

Komite audit yang mempunyai pengetahuan dan keahlian terkait prosedur pembuatan laporan keuangan dan audit internal sangat mungkin membatasi tindakan oportunistik yang dijalankan pihak manajemen (Waryanto, 2010). Berdasarkan teori keagenan, dijelaskan bahwa diantara pemegang saham dan manajer terdapat kemungkinan timbul suatu permasalahan. Kecilnya kepemilikan oleh agen dalam suatu perusahaan dapat menjadi penyebab permasalahan tersebut (Said, et al, 2009). Tindakan oportunistik oleh manajer akan menjadi dampak dari permasalahan tersebut, dimana manajer bertindak hanya untuk mementingkan dan menguntungkan diri sendiri.

Penelitian yang dilakukan oleh Murwaningsari (2009) mengindikasikan adanya pengaruh positif antara kepemilikan manajerial dengan pengungkapan CSR. Dalam faktor manajemen yang diteliti salah

satunya adalah kepemilikan manajerial. Kenaikan kepemilikan manajerial akan meningkatkan pengungkapan perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* (Herawaty, 2008). Sedangkan Aini dan Cahyonowati (2011) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Faktor kepemilikan saham yang diteliti yaitu terdiri dari kepemilikan saham institusional. Pemegang saham institusional umumnya berupa entitas seperti perbankan, dana pensiun, asuransi, reksadana, dan institusi lain (Aini Nur, 2011). Kepemilikan oleh institusional dapat meningkatkan pengendalian terhadap manajemen dan meminimalkan tindakan manipulasi yang mungkin dilakukan (Murwaningsari, 2009). Murwaningsari (2009) mendapati bahwa kepemilikan saham oleh institusional memiliki pengaruh terhadap luas pengungkapan CSR. Sedangkan Aini Nur (2011) menyatakan bahwa kepemilikan saham institusional tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Menurut Aini Nur (2011) kepemilikan saham asing merupakan salah satu aspek yang berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Kepemilikan saham asing yang besar dalam suatu perusahaan akan mendorong perusahaan untuk menyajikan informasinya secara bebas dan lebih luas. Penelitian yang dilakukan Aini (2011) menyatakan bahwa kepemilikan saham asing berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan Aini dan Nur (2011) membuktikan bahwa kepemilikan saham asing berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Dari perbedaan

penelitian-penelitian diatas, maka hipotesis yang diambil sebagai berikut :

H1 : *Good Corporate Governance* Berpengaruh Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

## **2. Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure***

Profitabilitas adalah kapabilitas perusahaan untuk menciptakan laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan, seperti aktiva, modal atau penjualan (Sudana, 2009). Tingkat profitabilitas perusahaan akan sangat diperhatikan oleh investor jangka panjang dikarenakan bisa memperkirakan tingkat laba yang didapatkan dalam bentuk deviden.

Subiantoro (2015) melakukan pengujian pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* dan menghasilkan bahwa variabel tersebut tidak berpengaruh, sedangkan berbeda dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Permana dan Raharja (2012) variabel profitabilitas berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*.

Mengingat ketidakkonsistenan hasil penelitian diatas, maka dalam penelitian ini meneliti kembali pengaruh profitabilitas terhadap *corporate social responsibility*.Maka hipotesis yang diajukan :

H2 : Profitabilitas Berpengaruh Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

## **3. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap *corporate social responsibility Disclosure***

Dalam teori keagenan tercermin pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* yaitu perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang tinggi, oleh sebab itu perusahaan besar akan lebih luas mengungkapkan informasi dibandingkan dengan perusahaan kecil. Perusahaan kecil mungkin tidak menyajikan perilaku tanggung jawab sosial secara jelas karena perusahaan yang berada pada fase dewasa dan tumbuh akan lebih banyak menarik perhatian dari lingkungannya dan memerlukan respon yang lebih terbuka (Sudana, 2011). Ukuran perusahaan terkait erat dengan salah satu faktor penting dalam CSR, yaitu *stakeholder* perusahaan yang berskala besar tentunya pengaruh terhadap *stakeholdernya* lebih luas dibandingkan dengan perusahaan berskala kecil (Purbowati, 2017).

Menurut Hackston dan Milne (dalam Ratnasari, 2011:80) bahwa ukuran perusahaan dapat ditentukan dari jumlah karyawan, total aktiva, total penjualan, atau peringkat indeks. Dalam penelitian ini ukuran perusahaan dihitung dengan total aset yang akan ditransformasikan dalam bentuk logaritma natural.

Total aset digunakan sebagai indikator ukuran perusahaan karena bersifat jangka panjang dibandingkan dengan penjualan (Titman dan Wessels, 1988 dalam Abidah, 2013). Berdasarkan penelitian Subiantoro (2015) mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, menurut Permana dan Raharja (2012) ukuran perusahaan memiliki

pengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Karena perbedaan di atas maka hipotesis berikut diajukan.

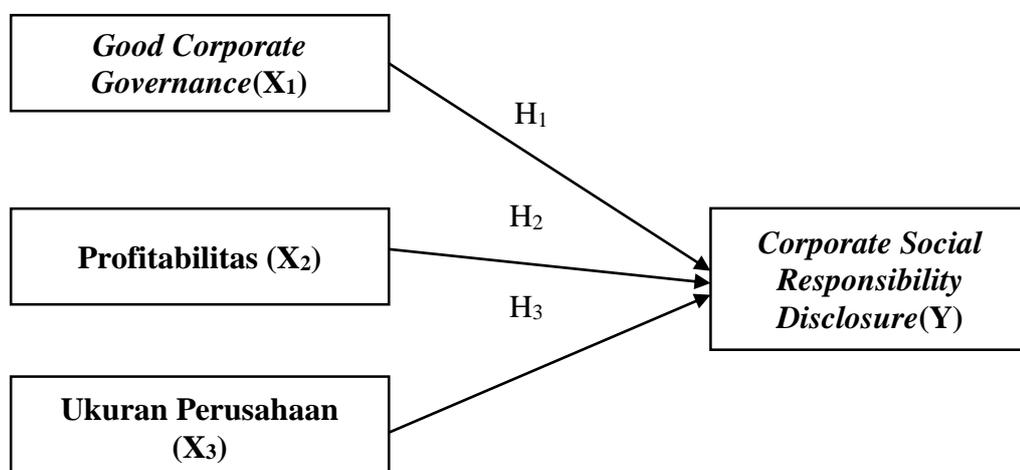
H3 : Ukuran Perusahaan Berpengaruh Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

## 2.4 Kerangka Konsep

Variabel bebas (independen) dalam penelitian ini yaitu *good corporate governance*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan. Indikator *good corporate governance* yang digunakan dalam penelitian adalah kompetensi komite audit, kepemilikan saham manajerial, kepemilikan saham institusional, dan kepemilikan saham asing. Sedangkan variabel terikat (dependen) dalam penelitian ini yaitu *corporate social responsibility disclosure*.

Untuk lebih menjelaskan keterkaitan antara variabel independen terhadap variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini, maka berikut digambarkan model penelitian yang digunakan.

**Gambar 2.1 Model Penelitian**



## 2.5 Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian dan melihat hasil sebelumnya serta kerangka pemikiran teoritis, maka disusun hipotesis penelitian sebagai berikut:

1.  $H_1$  : *Good Corporate Governance* Berpengaruh Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.
2.  $H_2$  : Profitabilitas Berpengaruh Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.
3.  $H_3$  : Ukuran Perusahaan Berpengaruh Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.