

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1. Landasan Teori**

Berikut ini adalah penjabaran tentang teori-teori yang menjadi landasandalam Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

##### **2.1.1. Teori Legitimasi**

Teori legitimasi adalah keadaan psikologis prasangka orang dan kelompokorang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan baik fisik maupun non fisik. O'Donovan (2002) berpendapat bahwa legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai apa yang diberikan masyarakat kepada perusahaan, dan yang diinginkan atau diminta perusahaan dari masyarakat. Oleh karena itu, legitimasi merupakan keunggulan atau sumber daya yang potensial bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan. (Hadi, 2014).

Menjalankan suatu usaha tergantung pada hubungan perusahaan dengan masyarakat dan sekitarnya. Hal ini sejalan dengan teori legitimasi yang menyatakan: “Baik perusahaan maupun masyarakat sekitar terikat oleh kontrak sosial dan oleh karena itu memiliki hubungan sosial yang erat.” (Lako, 2011).

Dasar teori legitimasi adalah adanya kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat tempat mereka beroperasi dan menggunakan sumber daya ekonomi. Dia juga menyatakan bahwa masyarakat yang dinamis tidak memiliki sumber kekuatan institusional dan tidak membutuhkan layanan yang konstan. Oleh karena itu, lembaga lulus uji legitimasi dan relevansi dengan menunjukkan bahwa masyarakat diuntungkan dari penghargaan pemenang penghargaan danmembutuhkan layanan dari perusahaan atau kelompok tertentu yang benar-benar harus diakui oleh masyarakat.

### 2.1.2. Teori Stakeholders

Teori Stakeholders (pemangku kepentingan) adalah setiap pihak yang memiliki hubungan baik, baik secara internal maupun eksternal, yang secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi atau dipengaruhi oleh perusahaan. (Hadi, 2014)

Menurut Lako (2011) pemangku kepentingan adalah mereka yang berkepentingan dengan perusahaan, seperti karyawan, konsumen, pemasok, masyarakat, pemerintah, pemegang saham, kreditur, dan pesaing. Teori ini percaya bahwa sukses atau matinya suatu perusahaan tergantung pada kemampuannya untuk menyeimbangkan berbagai kepentingan stakeholders seperti investor, kreditur, pemasok, pelanggan, karyawan, pemerintah dan masyarakat. Jika memungkinkan, kami meminta dukungan dari para pemangku kepentingan kami. Hal ini akan meningkatkan pangsa pasar, penjualan dan keuntungan. Anda dapat meminimalkan biaya yang dikeluarkan (biaya pribadi dan publik).

Dari sini, teori pemangku kepentingan adalah teori bahwa setiap pemangku kepentingan memiliki kepentingan yang berbeda dalam dampak sosial dan lingkungan suatu perusahaan, dan keberlanjutan perusahaan tidak dapat dipisahkan dari peran pemangku kepentingan internal dan eksternal. Dengan pengungkapan CSR yang lebih baik kepada perusahaan, para pemangku kepentingan akan mendukung penuh perusahaan dalam segala aktivitas untuk meningkatkan kinerja dan mencapai keuntungan yang diharapkan.

Singkatnya, perusahaan perlu membangun hubungan yang saling mempengaruhi. Untuk itu, perusahaan perlu lebih akuntabel dan responsif terhadap pemangku kepentingan maupun pemegang saham. Sebab, masyarakat akan terus memperhatikan perkembangan perusahaan.

### 2.1.3. Teori Agensi

Teori ini menyebutkan bahwa perusahaan adalah tempat atau intersection point bagi hubungan kontrak yang terjadi antara manajemen, pemilik, kreditor, dan pemerintah (Harahap, 2011). Manajemen merupakan pihak yang di kontrak oleh pemegang saham untuk bekerja demi kepentingan pemegang saham. Teori keagenan mendeskripsikan hubungan antar pemegang saham (*shareholders*) sebagai prinsip dan manajemen sebagai agen. Dalam kenyataannya tidak jarang manajer perusahaan memiliki tujuan lain yang mungkin bertentangan dengan tujuan utama. Namun dalam prakteknya sering terjadi konflik diantara keduanya yang dinamakan *agency problem*.

*Agency problem* dapat muncul antara manajer dan pemegang saham atau antara kreditor dan pemegang saham. Dalam perusahaan besar *agency problem* sangat potensial terjadi karena proporsi kepemilikan perusahaan oleh meneger relative kecil. Tidak jarang tindakan manajer bukannya memakmurkan pemegang saham, melainkan memperbesar skala perusahaan dengan cara ekspansi atau membeli perusahaan lain. motif utamanya adalah untuk menghindari pengambilalihan oleh perusahaan lain (Harjito & Martono, 2012)

*Principal-agent problem* (disebut juga *agency dilemma*). Menurut Gudono (2016) teori keagenan dibangun sebagai upaya untuk memahami dan memecahkan masalah yang muncul manakalada ketidaklengkapan informasi pada saat melakukan kontrak. Kontrak yang di maksud adalah kontrak antara principal misalnya pemegang saham atau pimpinan perusahaan (pemberi kerja) dengan agen manajemen atau bawahan (penerima perintah). Teori ini meramal jika agen memiliki keunggulan informasi dibandingkan principal dan kepentingan agen dan principal berbeda, maka yang terjadi *principal-agent problem* dimana agen akan melakukan tindakan yang menguntungkan dirinya namun dapat merugikan principal. Beban ini muncul karena tindakan manajemen yang disebut *agency cost*.

Teori *agency* membahas tentang kepentingan yang berbeda antara stakeholders dengan manajemen perusahaan maka akibatnya timbul biaya *agency*. Oleh karena itu, untuk mengurangi biaya yang besar maka perusahaan harus lebih mengungkapkan informasi sosial.

Perusahaan besar akan lebih besar pula biaya *agency* yang timbul dengan menetralsir biaya tersebut maka perusahaan harus lebih melakukan upaya dengan melakukan pengungkapan informasi sosial.

Hubungan keagenan merupakan suatu kontrak di mana satu atau lebih orang (*principal*) memerintah orang lain (agen) untuk melakukan suatu jasa atas nama *principal* serta memberi wewenang kepada agen membuat keputusan yang terbaik bagi *principal*. Jika kedua belah pihak tersebut mempunyai tujuan yang sama, untuk memaksimalkan nilai perusahaan, maka diyakini agen akan bertindak dengan cara yang sesuai dengan kepentingan *principal*.

#### **2.1.4. Corporate Social Responsibility**

##### **a. Sejarah Corporate Social Responsibility**

Konsep CSR telah menjadi pemikiran para pembuat kebijakan sejak lama. Dalam Kode Hammurabi (1700-an SM) yang berisi 282 hukum, juga telah memuat sanksi bagi para pengusaha yang lalai dalam menjaga kenyamanan warga atau menyebabkan kematian bagi pelanggannya. Dalam Kode Hammurabi disebutkan bahwa hukuman mati diberikan kepada orang-orang yang menyalahgunakan izin penjualan minuman, pelayan yang buruk dan melakukan pembangunan gedung dibawah standar sehingga menyebabkan kematian orang lain.

CSR dalam sejarah modern semakin dikenal sejak Howard R. Bowen menerbitkan bukunya berjudul "*Social Responsibility of the Businessman*" yang terbit tahun 1953. Yang tulisannya memberikan definisi awal dari SR (*Social Responsibility*). Buku yang diterbitkan di Amerika Serikat dan menjadi terlaris itu cukup memberikan pengaruh besar kepada banyak literature CSR yang terbit sesudahnya. Kemudian pada

tahun 1960. Davis berhasil memberikan pandangan yang mendalam atas hubungan antara CSR dengan kekuatan bisnis. Davis mengutarakan “*Iron Law of Responsibility*” yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial pengusaha sama dengan kedudukan sosial yang mereka miliki (*social responsibilities of businessmen need to be commensurate with their social power*). Sehingga, dalam jangka panjang, pengusaha yang tidak menggunakan kekuasaan dengan bertanggungjawab sesuai dengan anggapan masyarakat akan kehilangan kekuasaan yang mereka miliki sekarang.

Selanjutnya di tahun 1970 istilah CSR mulai digunakan dan diperluas. Archie Carroll telah merilis buku tentang perlunya dunia usaha meningkatkan kualitas hidup masyarakat agar menjadi penunjang eksistensi perusahaan. Yang dimaksud perusahaan baik tidak mementingkan keuntungan semata melainkan juga mementingkan kesejahteraan masyarakat sekitar yang dimana mengemas CSR dalam 3P, yaitu : *Profit, Planet, dan People*.

Pada tahun 1990-an perkembangan konsep CSR terus berkembang yang dimana CSR mulai mendapat pengembangan makna. Dalam hasil Konferensi Tingkat Tinggi Bumi (*Earth Summit*) di Brazil 1992, menyepakati perubahan paradigma pembangunan dari pertumbuhan ekonomi menjadi pembangunan yang berkelanjutan. Dimana berkelanjutan dimaksud suatu program sebagai dampak dari usaha yang telah dirintis berdasarkan konsep kemitraan rekanan dari masing-masing *stakeholder*. 5 elemen konsep keberlanjutan yang telah dianggap penting, yaitu: Ketersediaan dana, Misi lingkungan, Tanggung jawab sosial, Terimplementasi dalam kebijakan, Mempunyai nilai manfaat.

## **b. Definisi *Corporate Social Responsibility***

*Corporate social responsibility* merupakan arti penting bagi perusahaan agar perusahaan juga mementingkan lingkungan maupun masyarakat sekitar bukan hanya mementingkan hasil pendapatan hasil produksi perusahaan tersebut.

Menurut Bowem (1953) dalam Mardikanto (2014) mendefinisikan bahwa CSR sebagai kewajiban pengusaha untuk merumuskan kebijakan, membuat keputusan, atau mengikuti garis tindakan yang diinginkan dalam hal tujuan dan nilai-nilai masyarakat. Kemudian definisi tersebut di perbarui kembali oleh Davis (1960) yang menyatakan bahwa keputusan dan tindakan bisnis diambil dengan alasan, atau setidaknya sebagian, melampaui kepentingan ekonomi atau teknis langsung perusahaan.

Menurut Untung (2009) CSR lebih lanjut menyatakan bahwa 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. Yang artinya perusahaan untuk berkomitmen untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang juga memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan yang harus mementingkan kegiatan masyarakat dan lingkungan sekitar.

Suatu perusahaan haruslah bertanggung jawab atas lingkungan dan sosial yang terdapat dalam ISO 26000 Dalam ISO 2006, CSR didefinisikan sebagai:

tanggung jawab suatu organisasi atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku yang transparan dan etis, yang konsisten dengan pembangunan

berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat; memperhatikan kepentingan dari para *stakeholder*; sesuai hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma internasional; terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi, dalam pengertian ini meliputi baik kegiatan, produk maupun jasa.

Konsep CSR merupakan konsep yang sulit diartikan. Disadari masih terdapat perbedaan perspektif dalam memandang CSR dan mengakibatkan munculnya berbagai macam rumusan CSR dalam berbagai elemen atau program yang terkandung di dalam aktivitasnya.

### c. **Konsep Corporate Social Responsibility**

CSR atau Tangung Jawab Sosial Perusahaan merupakan komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial dan keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi dengan sosial serta lingkungan.

Menurut Carroll dalam Rusdianto (2013) mengutarakan konsep yang harus di pahami secara satu kesatuan. Sebab CSR, merupakan kepedulian perusahaan yang didasari tiga prinsip dasar yang dikenal dengan triple bottom lines, yaitu *Profit, People dan planet*. Yang ketiganya diuraikan sebagai berikut:

- 1) *Profit*. Perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan untuk terus beroperasi dan berkembang. Profit yang di dapat oleh suatu perusahaan akan di gunakan untuk kelangsungan hidup perusahaan agar tetap terus mengalami perkembangan. Aktivitas yang dapat ditempuh untuk mendongkrak profit antara lain dengan meningkatkan produktivitas dan melakukan efisiensi biaya. Peningkatan produktivitas dapat diperoleh dengan memperbaiki manajemen kerja melalui penyederhanaan proses, mengurangi aktivitas yang tidak efisien, menghemat waktu proses dan pelayanan.

- 2) *People*. Perusahaan dalam hal ini harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki komitmen jangan memberikan kepentingan terhadap pemegang saham saja dan juga terus menerus mencari keuntungan melainkan harus juga memberikan manfaat sebesar-besarnya untuk masyarakat sekitar untuk kelangsungan hidup perusahaan.
- 3) *Planet*. Pentingnya perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keanekaragaman hayati. Dalam hal ini perusahaan harus menjaga lingkungan dan keanekaragaman hayati dalam menjalankan aktivitas produksinya dengan tanpa merusak maupun mencemari lingkungan sekitar agar perusahaan turut serta mengikuti pemeliharaan lingkungan hidup.

Kemudian perusahaan harus dapat memandukan atau menyeimbangkan antara keuntungan ekonomis dengan keuntungan sosial dalam praktek bisnisnya. Menurut rusdianto (2013) mengatakan secara ekonomis perusahaan berusaha meraih keuntungan sebagai bagian dari motivasi bisnisnya sedangkan sosial perusahaan juga harus memberikan dampak positif dengan istilah menguntungkan bagi masyarakat sehingga mendapat legitimasi secara sosial.

Konsep CSR menjadi semakin kompleks karena mencakup tujuh prinsip CSR yang menjadi komponen utama, yaitu:

- 1) Lingkungan

Mencakup: pencegahan polusi, penggunaan sumberdaya yang berkelanjutan, mitigasi dan adaptasi terhadap perubahan iklim, serta perlindungan dan pemulihan lingkungan.



- 2) **Pelibatan dan Pengembangan Masyarakat.**  
Mencakup: keterlibatan di masyarakat, penciptaan lapangan kerja, pengembangan teknologi kekayaan dan pendapatan, investasi yang bertanggung jawab, pendidikan dan kebudayaan, kesehatan, dan peningkatan kapasitas.
- 3) **Hak Asasi Manusia**  
Mencakup: nondiskriminasi dan perhatian pada kelompok rentan, menghindari kerumitan, hak-hak sipil dan politik, hak-hak ekonomi, sosial dan budaya, serta hak-hak dasar pekerja.
- 4) **Praktik Ketenagakerjaan**  
Mencakup: kesempatan kerja dan hubungan pekerjaan, kondisi kerja dan jaminan sosial, dialog dengan berbagai pihak, kesehatan dan keamanan kerja, dan pengembangan sumberdaya manusia.
- 5) **Praktik Operasi yang Adil**  
Mencakup: anti korupsi, keterlibatan yang bertanggung jawab dalam politik, kompetisi yang adil, promosi tanggung jawab sosial dalam rantai pemasok (supply chain), dan penghargaan atas property rights.
- 6) **Konsumen**  
Mencakup: praktik pemasaran, informasi dan kontrak yang adil, penjagaan kesehatan dan keselamatan konsumen, konsumsi yang berkelanjutan, penjagaan data dan privasi konsumen, pendidikan dan penyadaran.
- 7) **Tata Kelola Organisasi**  
Mencakup: proses dan struktur pengambilan keputusan (transparansi, etis, akuntabel, perspektif jangka panjang, memperhatikan dampak terhadap pemangku kepentingan, berhubungan dengan pemangku kepentingan). Pendelegasian kekuasaan (kesamaan

tujuan, kejelasan mandat, desentralisasi untuk menghindari keputusan yang otoriter).

**d. Dimensi *Corporate Social Responsibility***

Suatu perusahaan yang menjalankan kegiatan *Corporate Social Responsibility* harus melakukan beberapa dimensi untuk dapat berkontribusi terhadap masyarakat. Menurut Mardikanto (2014) ada beberapa dimensi yang wajib diperhatikan perusahaan dalam melakukan CSR yaitu sebagai berikut:

1) Dimensi Ekonomi

Pemahaman terhadap dimensi ekonomi *Corporate Social Responsibility* (CSR), meliputi :

a) Tata Kelola Perusahaan

Organisasi untuk kerjasama ekonomi dan pembangunan (OECD) mendefinisikan *Corporate Governance* sebagai seperangkat hubungan antara manajemen perusahaan, dewan, pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya. Tata kelola perusahaan memastikan tidak sentralisasi otoritas dalam satu individu atau satu kelompok dalam perusahaan. Peraturan Tata-kelola sangat bervariasi sesuai dengan ukuran dan jenis perusahaan, kondisi ekonomi, konteks politik, budaya, dan lingkungan sosial dimana ia beroperasi.

b) Perlindungan Konsumen

Usaha yang mengenalkan produk, atau memberikan jasa bagi konsumen pelanggan, dianggap bertanggung jawab terhadap para pelanggan atau konsumen. Sesuai dengan tanggung jawab sosial, itu terhubung dengan praktik pemasaran yang adil, perlindungan kesehatan dan menjamin keamanan konsumsi berkelanjutan, penyelesaian

konflik dan anti rugi, perlindungan informasi dan privasi dan pencapaian pelayanan dasar dan produk.

c) Etika Investasi

Investasi etis adalah jenis investasi yang mempertimbangkan nilai-nilai etika perusahaan, dan efek mereka untuk membuat keputusan investasi.

2) Dimensi Sosial

Dimensi Sosial diartikan sebagai perusahaan harus berpartisipasi dalam mencapai kesejahteraan masyarakat, dan dalam memperbaiki serta merawat urusan karyawannya.

a) Kerja Adil dan Praktik Kerja

Usaha untuk mengenali individu sebagai hak istimewa kompetitif mereka, dan memperlakukan karyawan mereka sama-sama sebagai asset dan factor untuk perubahan. Dengan demikian, mereka harus memenangkan dukungan dari karyawan tidak hanya keberhasilan operasi melainkan juga dalam hal komitmen perusahaan terhadap masalah sosial dan lingkungan. Hal ini dapat di capai dengan penguatan nilai perusahaan, selain dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan maupun investasi dalam kualitas hal ini juga dapat di capai melalui dengan organisasi yang tepat dari tempat kerja, praktik yang diadopsi dalam tempat kerja, kondisi perekrutan, serta mengembangkan dan mengelola sumberdaya manusia.

b) Kontribusi terhadap masyarakat setempat Kontribusi

perusahaan harus terwakili

dengan menunjukkan rasa hormat terhadap hak-hak anggota masyarakat, dalam mengambil keputusan yang berhubungan dengan kehidupan masyarakat.

### 3) Dimensi Lingkungan

Dimensi lingkungan untuk perusahaan yang bertanggung jawab sosial, didefinisikan sebagai kewajiban perusahaan dampak lingkungan yang dihasilkan dari operasi dan produk, menghilangkan emisi dan limbah, mencapai efisiensi maksimum dari produktivitas tergantung pada sumberdaya yang tersedia, dan penurunan praktik yang dapat berdampak negative terhadap Negara dan ketersediaan sumberdaya generasi berikutnya.

#### e. **Manfaat *Corporate Social Responsibility***

Penerapan CSR merupakan salah satu bentuk implementasi dari tata kelola perusahaan yang baik. Hal ini agar perilaku pelaku bisnis mempunyai arahan yang bias dirujuk dengan mengatur hubungan dengan *stakeholder* yang dapat dipenuhi secara proporsional, mencegah dari kesalahan-kesalahan signifikan dalam strategi korporasi, dan memastikan kesalahan-kesalahan yang terjadi dapat diperbaiki dengan segera. Dengan pemahaman ini, maka perusahaan berkepentingan untuk menyanggarakan program CSR karena dengan sendirinya akan pula menaikkan nilai ekonomis bagi perusahaan yang bersangkutan.

Menurut Rusdianto (2013) mengatakan manfaat CSR itu sendiri terhadap pelaku bisnis sangat bervariasi. Tergantung pada sifat perusahaan bersangkutan, dan sulit diukur secara kuantitatif. Adapun manfaat CSR bagi perusahaan yang menerapkannya, yaitu :

- 1) Membangun dan menjaga reputasi perusahaan.
- 2) Meningkatkan citra perusahaan.
- 3) Mengurangi resiko bisnis perusahaan.
- 4) Melebarkan cakupan bisnis perusahaan.
- 5) Mempertahankan posisi merek perusahaan.

- 6) Mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas.
- 7) Kemudahan memperoleh akses terhadap modal.
- 8) Meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis.
- 9) Memperoleh pengelolaan manajemen risiko.

Keputusan perusahaan untuk melaksanakan program CSR secara berkelanjutan, merupakan yang rasional. Bila CSR mampu di jalankan secara baik dan benar serta efektif maka akan dapat memberikan manfaat tidak hanya bagi perusahaan, melainkan juga bagi masyarakat, pemerintah dan lingkungan.

Bagi masyarakat, praktik CSR yang baik akan meningkatkan nilai tambah adanya perusahaan di suatu daerah karena akan menyerap tenaga kerja, meningkatkan kualitas sosial di daerah tersebut. Sedangkan bagi lingkungan praktik CSR mencegah adanya eksploitasi berlebihan atas sumber daya alam, menjaga kualitas lingkungan (Rusdianto, 2013).

**f. *Model Corporate Social Responsibility***

Program-Program CSR dapat dijabarkan kedalam berbagai macam bentuk oleh masing-masing setiap perusahaan. Kegiatan ini perlu di sesuaikan dengan tujuan organisasi, orientasi bisnis dan *image* yang ingin dibangun pada masyarakat luas. Setidaknya terdapat 4 model CSR, yaitu:

- 1) Tanggung jawab sosial ekonomis

Perusahaan harus dioperasikan dengan berbasis laba serta dengan misi tunggal untuk meningkatkan keuntungan selama berada dalam batas-batas peraturan pemerintah.

- 2) Tanggung Jawab Legal

Kegiatan bisnis diharapkan untuk memenuhi tujuan ekonomi para pelaku dengan berlandaskan kerangka kerja legal maupun nilai-nilai yang berkembang di masyarakat secara bertanggung jawab

3) Tanggung Jawab Etika

Kebijakan dan keputusan perusahaan didasarkan pada keadilan bebas dan tidak memihak, menghormati hak-hak individu, serta memberikan perlakuan yang sama untuk mencapai tujuan perusahaan.

4) Tanggung Jawab Sukarela atau Diskresioner

Kebijakan perusahaan dalam tindakan sosial yang murni sukarela, didasarkan pada keinginan perusahaan untuk memberikan kontribusi sosial yang tidak memiliki kepentingan timbal balik secara langsung.

Suatu perusahaan yang dimana sebelum melakukan kegiatan CSR perusahaan tersebut harus mengakui bahwa permasalahan masyarakat adalah milik mereka juga, dan memiliki komitmen untuk mereka agar menanganinya. Menurut Saidi & Abidin (2004, 64-65) dalam Rusdianto (2013) dijelaskan bawah terdapat empat pola yang umumnya diterapkan oleh perusahaan dalam melaksanakan CSR, yaitu:

1) Keterlibatan Langsung

Menjalankan program CSR secara langsung dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan kepada masyarakat tanpa perantara.

2) Melalui Yayasan Atau Organisasi Sosial Perusahaan

Perusahaan mendirikan yayasan sendiri di bawah perusahaan atau groupnya. Biasanya, perusahaan menyediakan dana awal, dana rutin atau dana abadi yang dapat digunakan secara teratur bagi kegiatan yayasan.

3) Bermitra Dengan Pihak Lain

Perusahaan menyelenggarakan CSR melalui kerjasama dengan lembaga sosial/organisasi non-pemerintah (NGO/LSM), instansi pemerintah, universitas atau media massa, baik dalam mengelola dana maupun dalam melaksanakan kegiatan sosialnya.

- 4) Mendukung atau bergabung dalam suatu konsorsium  
Perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu.

Dari keempat model ini, model bermitra dengan lembaga sosial merupakan model yang paling sesuai dengan semangat kolektivisme karena memberikandampak ruang kerjasama yang lebih luas.

**g. Prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility***

Sampai saat ini, masih belum ada kesatuan pandangan mengenai pengertian, ruang lingkup maupun sifat dari *Corporate Social Responsibility* baik dari para ahli maupun lembaga-lembaga di bidang dunia usaha. Sehingga banyak pelaku usaha melakukan *Corporate Social Responsibility* sesuai dengan pemahaman mereka sendiri. Seiring berjalannya waktu, masyarakat sudah tidak sekedar hanya menuntut perusahaan untuk menyediakan barang dan jasa yang diperlukannya saja, akan tetapi masyarakat juga menuntut perusahaan untuk bertanggung jawab atas kegiatan-kegiatan operasionalnya. Prinsip-prinsip CSR yang meliputi sebagai berikut:

- 1) Prinsip akuntabilitas, utamanya yang terkait dengan dampaknya terhadap masyarakat dan lingkungan.
- 2) Prinsip perilaku etis berdasarkan prinsip-prinsip kejujuran, keadilan dan integritas.
- 3) Prinsip menghormati kepentingan stakeholders, dalam arti harus menghormati, mempertimbangkan dan

menanggapi kepentingan stakeholders.

- 4) Prinsip penghormatan terhadap supremasi hukum, yaitu organisasi harus menerima bahwa penghormatan terhadap supremasi hukum adalah wajib.
- 5) Prinsip menghormati norma-norma perilaku internasional.
- 6) Prinsip menghormati hak asasi manusia dan mengakui pentingnya dan universalitas mereka.

#### ***h. Pengukuran Pengungkapan Corporate Social Responsibility***

Menurut Suwardjono (2010) secara umum pengungkapan adalah konsep, metoda dan media tentang bagaimana informasi akuntansi disampaikan kepada pihak yang berkepentingan. Pengungkapan dibagi menjadi dua diantaranya:

##### 1) Pengungkapan wajib

Pengungkapan wajib merupakan pengungkapan yang diwajibkan dan diatur dalam suatu peraturan sehingga harus disajikan oleh perusahaan. Pengungkapan ini merupakan pengungkapan yang diharuskan oleh peraturan yang berlaku yaitu peraturan yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan No.29/POJK.04/2016 tentang laporan tahunan emiten atau perusahaan publik, yang dimana yang dimaksud dengan pengungkapan wajib adalah meliputi semua pengungkapan informasi dalam laporan keuangan.

##### 2) Pengungkapan sukarela

Pengungkapan sukarela merupakan pengungkapan yang dilakukan perusahaan di luar apa yang diwajibkan oleh standar akuntansi atau peraturan nadan pengawas (Suwardjono, 2010).

Kemudian pengungkapan yang akan di bahas di



dalam penelitian ini yaitu pengungkapan *Corporate social responsibility*. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan cara yang digunakan suatu perusahaan kepada pihak yang berkepentingan (*stakeholder*) atas dampak yang ditimbulkan dari kegiatan- kegiatan operasional perusahaan.

BAPEPAM sebagai lembaga yang bertugas untuk membina, mengatur dan mengawasi pasar modal belum mewajibkan bagi setiap perusahaan untuk mengungkapkan informasi sosial terutama mengenai informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan (*Corporate Social Responsibility*), akibatnya yang terjadi adalah di dalam praktiknya, perusahaan hanya dengan sukarela mengungkapkannya. Sehingga, *Corporate Social Responsibility* sangat tergantung dari komitmen dan norma etika perusahaan untuk turut memikirkan kondisi sosial disekitar perusahaan.

Melalui UU tentang Perseroan Terbatas Nomor 40 tahun 2007, khususnya untuk perusahaan-perusahaan yang hidup dari hasil sumber daya alam. Pasal 74 Undang-Undang tersebut diatur tentang kewajiban pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. sehingga, tidak ada lagi sebutan untuk pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility Disclosure*) yang sukarela, namun pengungkapan yang wajib hukumnya untuk dilaksanakan oleh setiap perusahaan yang hidup dari hasil sumber daya alam, sehingga mendorong setiap perusahaan untuk melakukan pertumbuhan ekonomi yang sehat serta mempertimbangkan faktor lingkungan hidup dan masyarakat di sekitar perusahaan.

Salah satu pengukuran CSR dapat dilakukan dengan mengukur setiap elemen individual CSP (*Corporate*

*Sustainable Performance*), dan yang lainnya adalah untuk mengukur semua elemen CSP kolektif. Namun, ada beberapa kesulitan dalam metode terakhir. Skala kolektif CSP cenderung terpengaruh oleh perbedaan yang disebabkan oleh industri. ISO 26000 dalam Mardikanto (2014) metode lain menggunakan metode yang digunakan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI). Variable dalam pengukuran metode GRI adalah sebagai berikut:

- 1) Indikator kinerja ekonomi; mencakup kinerja ekonomi, kehadiran pasar, dampak ekonomi tak langsung.
- 2) Indikator kinerja lingkungan; meliputi air, energy, keragaman hayati, emisi, limbah dan sampah.
- 3) Indikator kinerja sosial; terdiri dari produk dan layanan, kepatuhan, transportasi, dll.
- 4) Indikator kinerja praktik dan cara kerja.
- 5) Ketenagakerjaan, hubungan perburuhan manajemen, kesehatan dan keselamatan kerja, pendidikan dan pelatihan, keragaman dan kesempatan yang setara, renumerasi yang seimbang laki-laki dan perempuan.
- 6) Indikator kinerja hak azasi manusia, mencakup; praktik investasi dan pengadaan, non diskriminasi, kebebasan berorganisasi dan daya tawar kolektif, buruh anak, kewajiban buruh, praktik keamanan, hak masyarakat setempat, dll.
- 7) Indikator kinerja kemasyarakatan, yaitu: komunitas local, korupsi, kebijakan public, perilaku anti-kompetitif, kepatuhan.
- 8) Indikator kinerja tanggung jawab produk, meliputi; kesehatan dan keselamatan pelanggan, tabel produk dan layanan, komunikasi.
- 9) Pemasaran, privasi pelanggan, kepatuhan.

Pengukuran *Corporate Social Responsibility* menggunakan *Global Reporting Initiative* versi 4 (GRI 4) yang terdapat 91 item pengungkapan yang terbagi dalam tiga kategori yaitu ekonomi, lingkungan dan sosial. Pendekatan untuk menghitung menggunakan dikotomi (*dummy*), yaitu setiap item CSR dalam instrument penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan dan diberi nilai 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya skor dari item di jumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Menurut Karina & Yuyeta (2013) rumus pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai berikut:

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j} \quad (II.1)$$

Keterangan :

$CSRI_j$  = *Corporate Social Responsibility Disclosure*

*Index* (pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan).

$X_{ij}$  = Dummy variabel 1 jika item diungkapkan dan 0 jika item tidak diungkapkan.

$N_j$  = Jumlah item untuk perusahaan j.

**i. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Corporate Social Responsibility***

Beberapa faktor yang mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* yang telah diteliti oleh peneliti sebelumnya, antara lain:

1) Kinerja Lingkungan

Kinerja lingkungan adalah hasil dapat diukur dari system manajemen lingkungan, yang terkait dengan control aspek-aspek lingkungan. Kinerja lingkungan ini dikeluarkan untuk melihat tingkat ketaatan perusahaan berdasarkan peraturan yang berlaku (Ikhsan 2009).

2) Tipe Industri

Karakteristik yang dimiliki perusahaan yang berkaitan

dengan resiko, aktivitas, bidang usaha, karyawan dan lingkungan perusahaan. Karakteristik dibedakan menjadi dua jenis, yaitu *High Profile* dan *Low Profile* (Purwanto, 2011).

3) Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional merupakan kepemilikansaham perusahaan oleh investor besar seperti perusahaan asuransi, bank dana pensiun dan *investment banking* yang membeli saham perusahaan dalam jumlah besar(Griffin & Ebert 2007).

4) Profitabilitas

Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber sumber yang dimiliki perusahaan, seperti aktiva, modal atau penjualan perusahaan (Sudana, 2011).

5) Ukuran Perusahaan

Variable yang penting dalam praktik CSR dan berperan seperti barometer yang menjelaskan mengapa perusahaan terlibat dalam praktik CSR (Gardiner & Seifert, 2003 dalam Saleh, 2010 dalam Purwanto, 2010).

6) *Leverage*

Merupakan seberapa besar *asset* perusahaan diperoleh atau didanai oleh utang (Rawi & Munawar, 2010).

## 2.1.5. Kinerja Lingkungan

### a. Definisi Kinerja Lingkungan

Kinerja lingkungan merupakan kinerja suatu perusahaan yang peduli terhadap lingkungan sekitar. Kinerja lingkungan dapat dilakukan dengan menerapkan akuntansi lingkungan.

Menurut Suratno, dkk (2006) dalam Anindito & Ardiyanto (2012) mengatakan bahwa kinerja lingkungan yaitu kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik

(*Green*). Sedangkan, menurut Ikhsan (2009) mengatakan bahwa kinerja lingkungan adalah hasil dapat diukur dari system manajemen lingkungan, yang terkait dengan control aspek-aspek lingkungan. Kinerja lingkungan ini dikeluarkan untuk melihat tingkat ketaan perusahaan berdasarkan peraturan yang berlaku.

Dimensi lingkungan untuk perusahaan yang bertanggung jawab untuk perusahaan yang bertanggung jawab sosial didefinisikan sebagai kewajiban perusahaan terhadap dampak lingkungan yang dihasilkan dari operasi dan produk. Menghilangkan emisi dan limbah, mencapai efisiensi maksimum dan produktifitas tergantung pada sumber daya yangtersedia dan penurunan praktik yang dapat berdampak negative terhadap Negara dan ketersediaan sumber daya generasi berikutnya. Perusahaan harus menyadari semua aspek lingkungan langsung dan tidak langsung yang berhubungan dengan kinerja usahanya penyerahan jasa dan manufaktur produk.

Di Indonesia, kinerja lingkungan dapat diukur dengan menggunakan Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam pengelolaan lingkungan (PROPER). PROPER merupakan program unggulan KLH yang berupayamelakukan pengawasan dengan mekanisme *public disclosure* yang memberikan insentif atau disinsentif kepada penanggung jawab usaha atau kegiatan yang diatur dalam peraturan Menteri Lingkungan Hidup (Oktalia, 2014).

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa kinerja lingkungan merupakan variabel yang digunakan untuk melihat apakah dengan predikat PROPER yang baik akan melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang baik.

#### **b. Pengukuran Kinerja Lingkungan**

Dasar hukum pelaksanaan PROPER adalah Keputusan

Menteri Negara Lingkungan Hidup Nomor:06/MENLH/2013 tentang Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan (PROPER). Keputusan Menteri Negara Lingkungan Hidup.

Sesuai peraturan Menteri yang berlaku secara umum Peringkat Kinerja PROPER diukur dan debedakan menjadi lima warna yaitu sebagai berikut:

- 1) Emas sangat-sangat baik (5) , diberikan kepada penanggung jawab usaha dan/ atau kegiatan yang telah secara konsisten menunjukkan keunggulan lingkungan (environmental excellency) dalam proses produksi dan/atau jasa, melaksanakan bisnis yang beretika dan bertanggung jawab terhadap masyarakat.
- 2) Hijau = sangat baik (4), diberikan kepada penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan yang telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dalam peraturan (beyond compliance) melalui pelaksanaan sistem manajemen lingkungan, pemanfaatan sumberdaya secara efisien dan melakukan upaya pemberdayaan masyarakat dengan baik.
- 3) Biru = baik (3), diberikan kepada penanggung jawab usaha dan/ atau kegiatan yang telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam peraturan perundangundangan.
- 4) Merah = Buruk (2), diberikan kepada penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan yang upaya pengelolaan lingkungan hidup dilakukannya tidak sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam peraturan perundangundangan.
- 5) Hitam = sangat buruk (1), diberikan kepada penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan yang sengaja melakukan perbuatan atau melakukan kelalaian yang mengakibatkan pencemaran dan/ atau kerusakan lingkungan serta

pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan atau tidak melaksanakan sanksi administrasi.

## **2.1.6. Kinerja Sosial**

### **a. Definisi Kinerja Sosial**

Kinerja sosial merupakan suatu bentuk dari rasa tanggungjawab perusahaan dari semua aspek operasionalnya kepada *stakeholders*. Sehinggapapat dikatakan bahwa kinerja sosial merupakan tindakan perusahaan dalam mendapatkan kepercayaan dari *stakeholders* untuk memaksimalkan laba. Untuk itu pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) akan menjadi penting karena menyangkut kesejahteraan *stakeholders*. Tujuan pengungkapan CSR adalah untuk memperkuat berjalannya perusahaan itu sendiri dalam membangun kerjasama dengan *stakeholders* dimana *stakeholders* merupakan pihak yang memfasilitasi perusahaan dalam melakukan kegiatan pengembangan masyarakat. Selain itu, pengungkapan CSR juga dapat menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat berkembang dan dapat mencapai tujuannya.

Penelitian ini mengidentifikasi indikator-indikator yang dijadikan kerangka kerja untuk menilai pelaporan kinerja sosial yaitu dengan *Indeks Sembiring*. Pengungkapan CSR berdasarkan *Indeks Sembiring* terdapat beberapa indikator, dimana indikator-indikatornya lebih mudah dipahami dan lebih cocok dipakai dalam menilai kinerja sosial perusahaan di Indonesia dimana yang pengungkapannya masih bersifat sukarela.

### **b. Pengukuran Kinerja Sosial**

Indikator kinerja sosial GRI menentukan aspek kinerja penting yang berhubungan dengan ketenagakerjaan, hak asasi manusia, masyarakat dan tanggung jawab produk. Praktik tenaga kerja dan pekerjaan yang layak merupakan tanggung jawab sosial dari usaha bisnis kepada para tenaga kerjanya (Pedoman Laporan Keberlanjutan, versi 3.0: 30). Indikator hak asasi manusia

menentukan bahwa organisasi harus melaporkan sejauh mana hak asasi manusia diperhitungkan dalam investasi dan praktek pemilihan kontraktor atau supplier (Pedoman Laporan Keberlanjutan, versi 3.0: 32). Berikut adalah rumus perhitungan indeks pengungkapan CSR kategori sosial (Haniffa et al dalam Sayekti dan Wondabio, 2008: 13):

$$CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$$

Keterangan :

CSRDI<sub>j</sub> = Corporate Social Responsibility Disclosure Index perusahaan j

n<sub>j</sub> = Jumlah item untuk perusahaan j, n<sub>j</sub> untuk indikator sosial yang terdiri dari tenaga kerja dan pekerjaan yang layak, hak asasi manusia, masyarakat dan tanggung jawab produk = 48

X<sub>ij</sub> = total skor dari pengungkapan sosial (3 jika pengungkapan kuantitatif; 2 jika pengungkapan kualitatif spesifik; 1 jika pengungkapan kualitatif; 0 jika tidak mengungkapkan informasi apapun).

## 2.1.7. Kinerja Ekonomi

### a. Definisi Kinerja Ekonomi

Suratno *et al.* (2012) mendefinisikan kinerja ekonomi sebagai kinerja perusahaan secara relatif dari sekumpulan perusahaan dalam satu industri yang sama yang ditandai dalam *return* tahunan industri yang bersangkutan. Sarumpaet (2013) menggolongkan pengukuran kinerja ekonomi kedalam tiga kategori yaitu ukuran laba, ukuran arus kas, dan ukuran nilai.

Kinerja ekonomi menunjukkan aliran dana para pemegang saham dan biasanya dilaporkan dalam bentuk laporan keuangan.

Indikator kinerja ekonomi dari Corporate Social Responsibility meliputi dampak terhadap kondisi perekonomian akibat kegiatan operasional yang dilakukan oleh perusahaan yang sering disalah artikan sebagai masalah keuangan



perusahaan sehingga indikator ini diasumsikan lebih mudah untuk diimplementasikan dari pada dua indikator dari lainnya, yaitu indikator sosial dan lingkungan. Indikator ekonomi tidak sesederhana melaporkan keuangan atau neraca perusahaan saja, tetapi juga meliputi dampak ekonomi baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap operasional perusahaan di komunitas lokal dan di pihak-pihak yang berpengaruh terhadap perusahaan lainnya. Aspek-aspek yang perlu diungkapkan dalam indikator kinerja ekonomi yaitu kinerja ekonomi, kehadiran pasar dan dampak ekonomi tidak langsung.

**b. Pengukuran Kinerja Ekonomi**

Ekonomi dalam sebuah organisasi mencerminkan kondisi dan performa finansial organisasi tersebut. Indikator ekonomi adalah indikator yang digunakan untuk mengukur kondisi perekonomian para pemangku kepentingan di sistem ekonomi lokal, nasional, dan global yang ditimbulkan oleh kinerja suatu perusahaan. Indikator kinerja ekonomi menunjukkan aliran dana diantara para pemangku kepentingan dan dampak ekonomi utama organisasi terhadap masyarakat. Berikut adalah rumus perhitungan indeks pengungkapan CSR kategori ekonomi (Haniffa et al dalam Sayekti dan Wondabio, 2008: 13):

$$CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$$

Keterangan :

CSRDI<sub>j</sub> = Corporate Social Responsibility Disclosure Index perusahaan j

N<sub>j</sub> = jumlah item untuk perusahaan j, n<sub>j</sub> untuk indicator ekonomi = 9

X<sub>ij</sub> = total skor dari pengungkapan ekonomi (3 jika pengungkapan kuantitatif; 2 jika pengungkapan kualitatif spesifik; 1 jika pengungkapan kualitatif; 0 jika tidak mengungkapkan informasi apapun)

## 2.2. Hasil Penelitian Terdahulu

Beberapa dari peneliti sebelumnya yang berkaitan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, yang diantaranya pernah dilakukan dari berbagai acuan untuk penelitian ini:

### 2.2.1. Anggraini (2006)

Melakukan penelitian dengan judul “Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta)”. Variabel independen yang digunakan di dalam penelitian sebelumnya dan akan diteliti ulang, yaitu Ukuran Perusahaan dan Tipe Industri. Variabel dependen yang digunakan di dalam penelitian ini adalah pengungkapan informasi sosial perusahaan. Lokasi penelitian di Indonesia. Sampel yang digunakan di dalam penelitian ini yaitu semua perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2000-2004. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Purposive sampling* dengan kriteria-kriteria yang telah ditentukan dan tahun penelitian dilakukan tahun 2006. Variabel independent yang di gunakan yaitu Presentasi kepemilikan manajemen (MAN) yang diukur menggunakan presentase saham yang dimiliki manajemen, *Leverage* yang diukur menggunakan rasio utang/ekuitas, Tipe Industri yang diukur menggunakan dummy sedangkan Ukuran Perusahaan diukur dengan logaritma natural Variabel Dependent yaitu *Corporate Social Responsibility* yang diukur dengan jumlah *index* perusahaan dibagi dengan *index* GRI. Uji hipotesis yang digunakan yaitu Regresi Berganda. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa Presentase kepemilikan manajemen (MAN) berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, Tipe Industri berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab

social perusahaan, *Leverage* dan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dikarenakan *Leverage* mengindikasikan bahwa perusahaan yang memiliki hutang yang tinggi belum tentu tidak akan mengungkapkan CSR yang rendah, sebab perusahaan yang mendapat hutang yang tinggi dianggap dipercaya oleh kreditur, sehingga bias membayar hutang dan operasional perusahaannya dan dapat menghasilkan laba yang membiayai CSR perusahaan sedangkan profitabilitas karena dengan laba yang tinggi justru perusahaan lebih mementingkan keuntungan semata dari pada melakukan kegiatan membiayai CSR. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ukuran perusahaan tidak signifikan disini dikarenakan belum tentu jika ukuran perusahaan yang di ukur oleh total asset yang besar menjalankan kegiatan social. Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu penelitian ini hanya mengidentifikasi faktor-faktor yang di pertimbangkan oleh emiten dalam mengambil kebijakan pelaporan pertanggungjawaban social dalam laporan keuangan tahunan perusahaan. Penelitian ini tidak menguji pengaruh pelaporan pertanggungjawaban social terhadap kinerja pasar dalam hal ini reaksi investor akan informasi tersebut, selain itu peneliti juga hanya melihat satu media pelaporan yaitu laporan keuangan.

### **2.2.2. Anugerah, dkk (2010)**

Melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage* dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Listing Di BEI”. Variabel independen yang digunakan di dalam penelitian sebelumnya akan diteliti ulang, yaitu Ukuran Perusahaan. Variabel dependen yang digunakan di dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Lokasi penelitian di Indonesia. Sampel yang

digunakan di dalam penelitian ini yaitu perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2005-2007 serta tergolong perusahaan manufaktur sesuai pengklasifikasian *Indonesia Capital Market Directory (ICMD) 2008*, yaitu sebanyak 151 perusahaan. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Purposive sampling* dengan kriteria-kriteria yang telah di tentukan dan tahun penelitian dilakukan tahun 2010. Variabel independent yang di gunakan yaitu Ukuran Perusahaan diukur dengan logaritma natural, *Leverage* diukur dengan menggunakan rasio hutang/ekuitas Profitabilitas diukur dengan *Return on Asset (ROA)*. Variabel Dependent yaitu *Corporate Social Responsibility* yang di ukur dengan jumlah *index* perusahaan dibagi dengan *index GRI*. Uji hipotesis yang digunakan yaitu Regresi Berganda. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab social perusahaan, *Leverage* berpengaruh negative terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan serta profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

### **2.2.3. Purwanto (2011)**

Melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*”. Variabel independen yang digunakan di dalam penelitian sebelumnya dan akan diteliti ulang, yaitu Ukuran Perusahaan dan Tipe Industri. Variabel dependen yang digunakan di dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Lokasi penelitian di Indonesia. Sampel yang digunakan di dalam penelitian ini yaitu seluruh perusahaan non-keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2009 yang berjumlah 327 perusahaan. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Purposive sampling* dengan kriteria-

kriteria yang telah di tentukan dan tahun penelitian dilakukan tahun 2011. Variabel independent yang di gunakan yaitu Tipe Industri yang diukur dengan menggunakan dummy, Ukuran Perusahaan diukur dengan logaritma natural dan Profitabilitas diukur dengan *Return on Asset* (ROA). Variabel Dependent yaitu *Corporate Social Responsibility* yang diukur dengan jumlah *index* perusahaan dibagi dengan *index* Gri. Uji hipotesis yang digunakan yaitu Regresi Berganda. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa Tipe Industri berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab social perusahaan, Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan serta profitabilitas berpengaruh signifikan negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

#### **2.2.4. Anindito & Ardiyanto (2012)**

Melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) *Disclosure* dan Kinerja Finansial Perusahaan Kimia dan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar dalam BEI tahun 2007 sampai 2010)”. Variabel independen yang digunakan di dalam penelitian sebelumnya dan akan diteliti ulang, yaitu Kinerja Lingkungan. Variabel dependen yang digunakan di dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Lokasi penelitian di Indonesia. Sampel yang digunakan di dalam penelitian ini yaitu perusahaan pertambangan yang terdaftar dalam BEI tahun 2007 sampai 2010. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Purposive sampling* dengan kriteria-kriteria yang telah di tentukan dan tahun penelitian dilakukan tahun 2012. Variabel independent yang di gunakan yaitu Kinerja Lingkungan diukur dengan PROPER yang merupakan program kementerian lingkungan hidup. Variabel

Dependent yaitu *Corporate Social Responsibility* yang di ukur dengan jumlah *index* perusahaan dibagi dengan *index* Gri. Uji hipotesis yang digunakan yaitu Regresi Berganda. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa Kinerja Lingkungan berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

#### 2.2.5. **Hasan, et al (2012)**

Melakukan penelitian dengan judul “*Disclosing Social Responsibility Information Via The Internet : A Study Companies In Malaysia*”. Variabel independen yang digunakan di dalam penelitian sebelumnya dan akan diteliti ulang, yaitu Ukuran Perusahaan dan Kinerja Lingkungan. Variabel dependen yang digunakan di dalam penelitian ini adalah *Disclosing Social Responsibility*. Lokasi penelitian di Malaysia. Sampel yang digunakan di dalam penelitian ini yaitu sebanyak 80 perusahaan dari 100 perusahaan yang listing di Bursa Malaysia selama periode 2008-2009. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Purposive sampling* dengan kriteria-kriteria yang telah ditentukan dan tahun penelitian dilakukan tahun 2012. Variabel independent yang di gunakan yaitu Ukuran Perusahaan diukur dengan logaritma natural, Profitabilitas diukur dengan *Return on Asset (ROA)*, Leverage diukur dengan rasio hutang/equitas, Customer diukur menggunakan dummy dankinerja lingkungan diukur menggunakan dummy. Variabel Dependent yaitu *Corporate Social Responsibility* yang di ukur dengan jumlah *index* perusahaan dibagi dengan *index* Gri. Uji hipotesis yang digunakan yaitu Regresi Berganda. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, *customer* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, kinerja

lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Tabel Matriks penelitian sebelumnya  
 Penelitian terkait dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

No.	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Sampel dan Alat Uji	Variabel	Hasil/Kesimpulan
a.	Angraini (2006)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Semua Perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2000 – 2004</li> <li>Regresi Berganda</li> </ul>	Persentase Kepemilikan Manajemen (MAN)	Signifikan
			Leverage	Tidak Signifikan
			Profitabilitas	Tidak Signifikan
			<b>Tipe Industri</b>	<b>Signifikan</b>
			<b>Ukuran Perusahaan</b>	<b>Tidak Signifikan</b>
b.	Anugerah, dkk (2010)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2005-2007 serta perusahaan manufaktur dengan mengklasifikasikan ICMD 2008 sebanyak 151 perusahaan.</li> <li>Regresi Berganda</li> </ul>	<b>Ukuran Perusahaan</b>	<b>Signifikan</b>
			Leverage	Signifikan (-)
			Profitabilitas	Signifikan (+)
c.	Purwanto (2011)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Seluruh perusahaan Non- Keuangan yang terdaftar di BEI pada tahun 2009 dengan jumlah 327 perusahaan.</li> <li>Regresi Berganda</li> </ul>	<b>Tipe Industri</b>	<b>Signifikan</b>
			<b>Ukuran Perusahaan</b>	<b>Signifikan</b>
			Profitabilitas	Signifikan
d.	Anindito & Ardiyanto (2012)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2007-2010</li> <li>Regresi Berganda</li> </ul>	<b>Kinerja Lingkungan</b>	<b>Signifikan</b>
e.	Hasan, <i>et.al</i> (2012)	<ul style="list-style-type: none"> <li>80 perusahaan dari 100 perusahaan yang listing di bursa Malaysia tahun 2008 – 2009</li> <li>Regresi Berganda</li> </ul>	<b>Ukuran Perusahaan</b>	<b>Signifikan</b>
			Leverage	Tidak Signifikan
			Customer	Tidak Signifikan
			<b>Kinerja Lingkungan</b>	<b>Tidak Signifikan</b>

## 2.3. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian

### 2.3.1. Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Kinerja lingkungan sangat di pengaruhi oleh sejauh mana dorongan terhadap pengelolaan lingkungan yang dilakukan oleh berbagai instansi khususnya instansi pemerintah. Kinerja lingkungan juga akan tercapai pada level yang tinggi jika perusahaan secara proaktif melakukan tindakan manajemen lingkungan secara terkendali. Dengan adanya tindakan proaktif perusahaan dalam pengelolaan lingkungan serta adanya kinerja yang tinggi, manajemen perusahaan diharapkan akan terdorong untuk mengungkapkan tindakan manajemen lingkungan tersebut dalam *annual report* (Berry & Rondinelle, 1998) dalam (Oktalia, 2014).

Kinerja lingkungan merupakan kinerja suatu perusahaan yang peduli terhadap lingkungan sekitar. Kinerja lingkungan dapat dilakukan dengan menerapkan akuntansi lingkungan. Menurut Suratno, dkk (2006) dalam Anindito & Ardiyanto (2012) mengatakan bahwa kinerja lingkungan yaitu kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik (*Green*). Sedangkan, menurut Ikhsan (2009) mengatakan bahwa kinerja lingkungan adalah hasil dapat diukur dari system manajemen lingkungan, yang terkait dengan control aspek-aspek lingkungan. Kinerja lingkungan ini dikeluarkan untuk melihat tingkat ketaan perusahaan berdasarkan peraturan yang berlaku.

Kesuksesan dan hidup-matinya suatu perusahaan sangat tergantung pada kemampuannya menyeimbangkan beragam kepentingan dari para *stakeholder* atau pemangku kepentingan. Jika mampu, maka perusahaan bakal meraih dukungan yang berkelanjutan dan menikmati pertumbuhan pangsa pasar, penjualan, serta laba. Dalam perspektif teori *stakeholder*, masyarakat dan lingkungan merupakan *stakeholder* inti perusahaan yang harus diperhatikan (Lako, 2011).



Penelitian dari Tuwaijiri (2004) dalam Permana & Raharja (2012) yang menemukan hubungan positif signifikan antara *environmental disclosure* dengan *Environmental performance* menunjukkan hasil yang konsisten dengan teori tersebut. Begitu pula halnya dengan penelitian serupa di Indonesia oleh Suratno, dkk (2006) yang menemukan hubungan yang positif dan signifikan secara statistik antara kinerja lingkungan dengan kinerja ekonomi. Dengan demikian hipotesis ini kinerja lingkungan berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Hasil ini di dukung oleh penelitian yang dilakukan oleh penelitian yang di lakukan oleh anindito dan ardyanto (2012), Hassan dkk (2012) serta Permana & Rahardja (2012) yang menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility*.

### **2.3.2. Pengaruh Kinerja Sosial Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Pengungkapan CSR pada perusahaan merupakan suatu cara yang digunakan dalam menjembatani hubungannya dengan para *stakeholders*. Dengan melakukan pengungkapan CSR ini diharapkan perusahaan bisa membuktikan bahwa perusahaan tidak hanyaberfokus pada perolehan laba, tetapi juga menunjukkan keterlibatannya dalam mengelola aspek sosial dan ekonominya. Dengan adanya kepercayaan dari pada *stakeholders* maka akan berdampak positif pada perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan yaitu dengan investasi, sehingga berdampak pula pada laba perusahaan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Karina (2013) yang menunjukkan bahwa kinerja sosial berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

### **2.3.3. Pengaruh Kinerja Ekonomi Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Kinerja ekonomi sebagai kinerja perusahaan secara relatif dari sekumpulan perusahaan dalam satu industri yang sama yang ditandai dalam *return* tahunan industri yang bersangkutan. Indikator ekonomi tidak sesederhana melaporkan keuangan atau neraca perusahaan saja, tetapi juga meliputi dampak ekonomi baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap operasional perusahaan di komunitas lokal dan di pihak-pihak yang berpengaruh terhadap perusahaan lainnya. Dengan adanya kinerja ekonomi ini diharapkan mampu menjadi penghubung antara pemangku kepentingan agar tidak terjadi sentralisasi otoritas dalam satu individu atau satu kelompok dalam perusahaan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sulistyoningih (2014) yang menunjukkan bahwa kinerja ekonomi berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

## **2.4 Pengembangan Hipotesis**

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Berdasarkan rumusan dan tujuan penelitian, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1: Diduga terdapat pengaruh kinerja lingkungan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

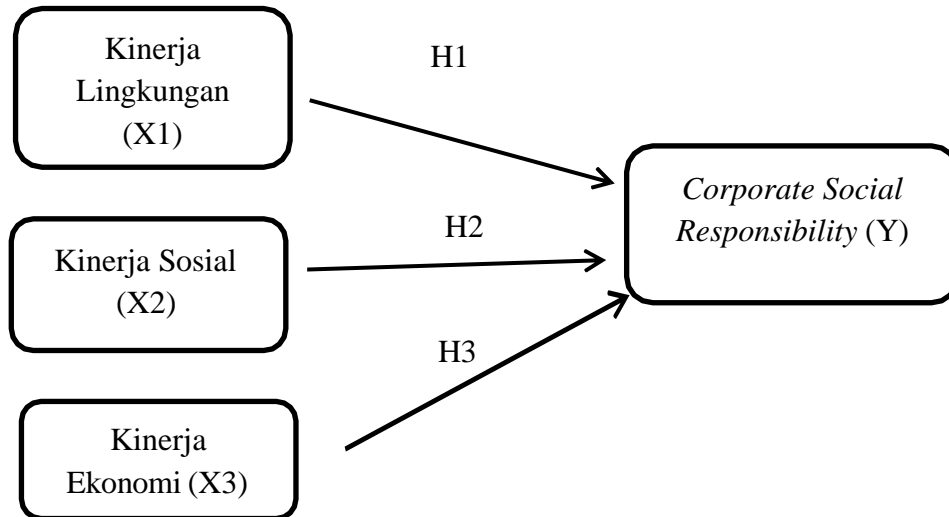
H2: Diduga terdapat pengaruh kinerja sosial terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

H3: Diduga terdapat pengaruh kinerja ekonomi terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

## **2.5. Kerangka Konseptual Penelitian**

Berdasarkan hasil analisis pada masalah pokok penelitian variabel independen dalam penelitian ini adalah Kinerja Lingkungan (X1), Kinerja

Sosial (X2) dan Kinerja Ekonomi (X3), sedangkan variabel dependen adalah Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Y). Berikut ini adalah kerangka konseptual dalam penelitian ini:



Gambar 2.1. Kerangka Konseptual Penelitian

Keterangan:

a. Variabel bebas (*Independent Variable*):

- 1) Kinerja Lingkungan (X<sub>1</sub>)
- 2) Kinerja Sosial (X<sub>2</sub>)
- 3) Kinerja Ekonomi (X<sub>3</sub>)

b. Variabel Terikat (*Dependent Variable*):

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Y)

Dalam kerangka konseptual ini menjelaskan tentang pengaruh antar variabel yang diteliti yaitu pengaruh kinerja lingkungan, kinerja sosial dan kinerja ekonomi terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* secara parsial.