

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Review Hasil Penelitian Terdahulu

Dalam pembuatan penelitian ini membutuhkan beberapa referensi yang bersumber dari review penelitian terdahulu yang terdiri dari tiga skripsi dan lima jurnal (dua jurnal berbahasa Inggris dan tiga jurnal berbahasa Indonesia).

Adapun beberapa penelitian-penelitian yang agak serupa dengan yang akan diteliti oleh peneliti, diantaranya adalah :

Penelitian berupa skripsi oleh Silvia Agustina dari FE Universitas Negeri Padang dengan judul **“Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan”** pada tahun 2012. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris tentang: (1) Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (2) Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.

Jenis penelitian ini tergolong penelitian kuantitatif. Populasi penelitian adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2007-2010 berjumlah 158 perusahaan. Teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Sampel penelitian ini berjumlah 25 perusahaan. Analisis data dengan regresi berganda.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa: (1) Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan dengan tingkat signifikansi $0,048 < 0,05$ dan koefisien beta positif (+) sehingga H1 diterima. (2) Pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan tingkat signifikansi $0,042 < 0,05$ dan koefisien beta positif (+) sehingga H2 diterima.

Adapun perbedaan penelitian yang dilakukan Silvia dengan penelitian yang dilakukan peneliti, yaitu terletak pada variabel-variabel yang akan diteliti yaitu Proporsi Komisaris Independen dan Profitabilitas sebagai variabel

independen, dan CSR sebagai variabel dependen. Penelitian yang dilakukan Silvia untuk Perusahaan Manufaktur, Sedangkan yang dilakukan peneliti adalah untuk Perusahaan Pertambangan Batu Bara.

Penelitian yang dilakukan oleh Jati Satrio dari STIE Indonesia tahun 2012, Skripsi dengan judul **“Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI.”** Metode analisis yang digunakan oleh Jati adalah metode kuantitatif dengan pengujian asumsi klasik serta analisis statistik (analisis regresi linear berganda). Metode pengambilan sampel dengan purposive sampling.

Penelitian ini melibatkan sampel sebanyak 33 perusahaan dengan variabel independent yang terdiri dari kepemilikan saham manajerial, proporsi dewan komisaris independen dan audit eksternal serta variable size yang diukur dengan total aset perusahaan, sedangkan variabel dependent-nya adalah manajemen laba.

Hasil penelitian ini adalah keempat variabel independen (kepemilikan manajerial, proporsi dewan komisaris, dan komite audit) secara bersama-sama berpengaruh terhadap manajemen laba dengan hasil signifikan dibawah 0,05.

Adapun perbedaan penelitian yang dilakukan Jati Satrio dengan penelitian yang dilakukan peneliti, yaitu terletak pada variabel-variabel yang akan diteliti dimana peneliti lebih memfokuskan *Good Corporate Governance* yang diprosikan ke Proporsi Komisaris Independen, selain itu variabel independen lainnya yaitu Profitabilitas, dan CSR sebagai variabel dependen. Penelitian yang dilakukan Jati untuk Perusahaan Manufaktur, Sedangkan yang dilakukan peneliti adalah untuk Perusahaan Pertambangan Batu Bara.

Penelitian yang dilakukan oleh Apik Marutama Putri dari STIE Indonesia (tahun 2012), Skripsi dengan judul **“Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar di BEI Periode 2008-2011”**. Penelitian ini melibatkan 9 perusahaan pertambangan sebagai sampel. Metode penelitian yang digunakan adalah uji asumsi klasik dan analisis regresi berganda.

Hasil dari penelitian yang dilakukan Apik menunjukkan bahwa Proporsi Komisaris Independen, Ukuran Perusahaan, dan Debt Ratio tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap pengungkapan CSR. Secara simultan Ukuran Komisaris, Proporsi Komisaris Independen, Rapat Komisaris, Ukuran Perusahaan, dan Debt Ratio berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hasil regresi menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square diperoleh sebesar 0,487. Hal ini menunjukkan variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen sebesar 48,7%.

Adapun perbedaan penelitian yang dilakukan Apik dengan penelitian yang dilakukan peneliti, yaitu terletak pada variabel-variabel yang akan diteliti dimana peneliti lebih memfokuskan *Good Corporate Governance* yang diprosikan ke Proporsi Komisaris Independen saja, selain itu variabel independen lainnya yaitu Profitabilitas, dan CSRD sebagai variabel dependen.

Selain review penelitian terdahulu yang bersumber dari skripsi, berikut ini adalah beberapa review penelitian terdahulu yang bersumber dari jurnal-jurnal :

Jurnal pertama ditulis oleh Reny Dyah Retno M. Dan Denies Priantinah M.Si., Ak. Pada tahun 2012 dengan judul **“Pengaruh *Good Corporate Governance* dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di BEI Periode 2007-2010).”** Penelitian ini untuk mengetahui 1) Pengaruh *GCG* Terhadap Nilai Perusahaan dengan variabel kontrol *Size* dan *Leverage* pada perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2007 2010 2) Pengaruh Pengungkapan *CSR* Terhadap Nilai Perusahaan dengan variabel kontrol *Size*, Jenis industri, Profitabilitas, dan *Leverage* pada perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2007-2010 3) Pengaruh *GCG* Dan Pengungkapan *CSR* Terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2007-2010.

Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan dokumentasi, studi pustaka, dan literatur. Teknik analisis data meliputi 1) Statistik deskriptif 2) Uji Asumsi Klasik:

Normalitas, Multikolinearitas, Autokorelasi dan Heteroskedastisitas 3) Pengujian *Fit and Goodness*: a) Koefisien Determinasi b) Uji Statistik F c) Uji Statistik t 4) Pengujian Hipotesis metode regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan 1) *GCG* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan dengan variabel kontrol *Size* dan *Leverage* pada perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2007-2010 2) Pengungkapan *CSR* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan variabel kontrol *Size*, Jenis industri, Profitabilitas, dan *Leverage* pada perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2007-2010 3) *GCG* dan Pengungkapan *CSR* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2007-2010.

Adapun perbedaan penelitian yang dilakukan Reny dan Denies dengan penelitian yang dilakukan peneliti, yaitu terletak pada variabel-variabel yang akan diteliti dimana peneliti lebih memfokuskan *Good Corporate Governance* yang diprosikan ke Proporsi Komisaris Independen, selain itu variabel independen lainnya yaitu Profitabilitas, dan *CSR* sebagai variabel dependen. Sedangkan Reny dan Denies meneliti *Good Corporate Governance* dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel independen, dan Nilai Perusahaan sebagai variabel dependen. Selain itu periode penelitian yang dilakukan Reny dan Denies adalah 2007-2010, sedangkan yang dilakukan peneliti adalah periode 2008-2012.

Jurnal kedua yaitu penelitian yang dilakukan oleh Priyatna Bagus Susanto dan Imam Subekti pada tahun 2012 dengan judul **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan (Pada Perusahaan yang Terdaftar Di BEI)”**. Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor kunci yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Penelitian ini menguji faktor-faktor seperti *CSR*, Independensi Komisaris, komite audit, kepemilikan manajerial, dan kepemilikan institusional sedangkan variabel dependen penelitian ini adalah nilai perusahaan. Sampel dari penelitian ini terdiri dari semua perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Data

digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dengan pemilihan sampel menggunakan metode stratified sampling. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi logistik dengan tingkat signifikansi 5%.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan variabel komisaris independen, dan manajerial kepemilikan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Tapi tidak menemukan bahwa audit comitee, CSR, dan kepemilikan institusional mempengaruhi nilai perusahaan.

Adapun persamaan antara penelitian yang dilakukan Reny dan Denies dengan Priyatna Bagus Susanto dan Imam Subekti yaitu variabel-variabel yang diteliti yaitu berupa *Good Corporate Governance*, CSR sebagai variabel independen, dan Nilai Perusahaan sebagai variabel dependen. Namun adapun perbedaan di antara kedua penelitian ini yaitu terletak pada teknik pengambilan sampel, metode analisis, dan hasil penelitian.

Sedangkan perbedaan dengan dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu terletak pada variabel-variabel yang akan diteliti dimana peneliti lebih memfokuskan *Good Corporate Governance* yang diprosikan ke Proporsi Komisaris Independen, selain itu variabel independen lainnya yaitu Profitabilitas, dan CSRD sebagai variabel dependen. Selain itu, perbedaan yang terletak pada teknik pengambilan sampel dan metode analisis data. Peneliti menggunakan metode *purposive sampling* dengan metode analisis data meliputi Statistik deskriptif dan Uji Hipotesis.

Jurnal ketiga dengan judul “***Corporate Governance Dan Profitabilitas, Pengaruhnya Terhadap Pengungkapan CSR Perusahaan***” ditulis oleh Ahmad Nurkhin dari Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang Indonesia. Jurnal ini dipublikasikan pada Maret 2010 dalam Jurnal Dinamika Akuntansi.

Sampel dari penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang tercatat pada BEI pada tahun 2007. Sampel yang digunakan ada 80 sampel dengan metode *purposive sampling* dan analisis linear regresi berganda. Hasilnya menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara kepemilikan institusional dan pengungkapan CSR. Tetapi, hasil Adjusted R Square menunjukkan adanya

pengaruh secara simultan antara *independent commissioner board*, *profitability*, terhadap pengungkapan CSR yaitu sebesar 30,7%.

Adapun perbedaan penelitian yang dilakukan Ahmad Nurkhin dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu terletak pada variabel-variabel yang akan diteliti dimana peneliti lebih memfokuskan *Good Corporate Governance* yang diprosikan ke Proporsi Komisaris Independen, selain itu variabel independen lainnya yaitu Profitabilitas, dan CSRD sebagai variabel dependen. Dan perbedaan yang terletak pada sampel, dimana sampel yang dilakukan oleh peneliti difokuskan pada perusahaan pertambangan batu bara yang tercatat di BEI dengan periode 2008-2012.

Jurnal keempat adalah jurnal berbahasa Inggris yang berasal dari Jurnal Telaah dan Riset Akuntansi. Penelitian yang dilakukan oleh Riha Dedi Priantana dan Ade Yustian dari Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala yang dipublikasikan Januari 2011. Jurnal dengan judul *“Effect of Good Corporate Governance Structure on Corporate Social Responsibility Disclosure in Financial Companies Listed on the Stock Exchange Period 2007-2008”*. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling, perusahaan yang memenuhi kriteria yang diungkapkan dalam laporan tahunan dan struktur CSR GCG selama tahun pengamatan dalam laporan keuangan. Pengumpulan data dilakukan dengan mencari laporan tahunan perusahaan yang dipilih menjadi sampel. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder. Data yang digunakan adalah laporan tahunan untuk tahun 2007-2008 yang diperoleh dari Indonesian Capital Market (ICMD) dan Pusat Referensi Pasar Modal (PRPM).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel independen menunjukkan kepemilikan manajerial secara partial berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR dengan tingkat signifikansi 0,008. Kepemilikan institusional tidak berpengaruh signifikan pengungkapan CSR. Komite Audit tidak berdampak signifikan pengungkapan CSR. Ukuran dewan komisaris memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan CSR dengan tingkat signifikansi 0,000.

Susunan dewan komisaris memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan CSR dengan tingkat signifikansi 0,044. Hasil penelitian menunjukkan hanya variabel kepemilikan manajerial, komite audit, ukuran dan komposisi dewan komisaris yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan CSR, sedangkan kepemilikan institutional tidak berpengaruh pada tingkat pengungkapan CSR signifikansi 0.252.

Adapun perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Riha Dedi Priantana dan Ade Yustian dengan penelitian yang dilakukan peneliti, yaitu terletak pada variabel-variabel yang akan diteliti dimana peneliti lebih memfokuskan *Good Corporate Governance* yang diproksikan ke Proporsi Komisaris Independen, selain itu variabel independen lainnya yaitu Profitabilitas, dan CSR sebagai variabel dependen. Dan perbedaan yang terletak pada objek penelitian, dimana sampel yang dilakukan oleh peneliti difokuskan pada perusahaan pertambangan batu bara yang tercatat di BEI dengan periode 2008-2012.

Jurnal keenam adalah jurnal berbahasa Inggris yang berasal dari Jurnal Telaah dan Riset Akuntansi. Penelitian yang dilakukan oleh Evi Mutia, Zuraida, dan Devi Andriani dari Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala yang dipublikasikan Juli 2011. Jurnal dengan judul ***“Effect of Company Size, Profitability, and the size of the Board of Commissioners on Corporate Social Responsibility Disclosure in Manufacturing Companies Listed on the Stock Exchange Period 2006-2008”***.

Penelitian ini menunjukkan bahwa (1) ukuran perusahaan, profitabilitas dan ukuran dewan komisaris memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. (2) Ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. (3) Profitabilitas belum memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. (4) ukuran dewan komisaris memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Adapun perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Evi Mutia, Zuraida, dan Devi Andriani dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu terletak pada variabel-variabel yang akan diteliti yaitu Proporsi Komisaris Independen, selain itu variabel independen lainnya yaitu Profitabilitas, dan CSR sebagai variabel dependen. Dan perbedaan yang terletak pada objek penelitian, dimana sampel yang dilakukan oleh peneliti difokuskan pada perusahaan pertambangan batu bara yang tercatat di BEI dengan periode 2008-2012.

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Proporsi Komisaris Independen sebagai bagian dari Good Corporate Governance

Teori – Teori Terkait

Dua teori utama yang terkait dengan *corporate governance* adalah *stewardship theory* dan *agency theory*. *Stewardship theory* dibangun di atas asumsi filosofis mengenai sifat manusia yakni bahwa manusia pada hakekatnya dapat dipercaya, mampu bertindak dengan penuh tanggung jawab memiliki, integritas, dan kejujuran terhadap pihak lain. Dengan kata lain, *stewardship theory* memandang manajemen sebagai *dapat* dipercaya untuk bertindak dengan sebaik-baiknya bagi kepentingan publik pada umumnya maupun *shareholders* pada khususnya. (Sutojo, 2005:7)

Sementara itu, *agency theory* yang dikembangkan oleh Michael Johnson, seorang professor dari Harvard, memandang bahwa manajemen perusahaan sebagai ‘agents’ bagi para pemegang saham, akan bertindak dengan penuh kesadaran bagi kepentingannya sendiri, bukan sebagai pihak yang arif dan bijaksana serta adil terhadap pemegang saham sebagaimana diasumsikan dalam *stewardship model*. Bertentangan dengan *stewardship theory*, *agency theory* memandang bahwa manajemen *tidak dapat* dipercaya untuk bertindak dengan sebaik-baiknya bagi kepentingan publik pada umumnya maupun *shareholders* pada khususnya.

Dalam perkembangan selanjutnya, *agency theory* mendapat respons lebih luas karena dipandang lebih mencerminkan kenyataan yang ada. Berbagai

pemikiran mengenai *corporate governance* berkembang dengan bertumpu pada *agency theory* di mana pengelolaan perusahaan harus diawasi dan dikendalikan untuk memastikan bahwa pengelolaan dilakukan dengan penuh kepatuhan kepada berbagai peraturan dan ketentuan yang berlaku.

Perspektif keagenan merupakan dasar yang digunakan untuk memahami *corporate governance*. Inti dari hubungan keagenan adalah adanya pemisahan status antara pemilik dan pengelola perusahaan menimbulkan suatu masalah yang biasa disebut *agency problem*, terjadi antara pemilik perusahaan atau *shareholders* di satu sisi dengan manajemen selaku pengelola di sisi lain. (Sutedi, 2011:21)

Dalam konsep *agency theory*, manajemen sebagai agen semestinya menjunjung tinggi kepentingan *shareholders*, akan tetapi tidak tertutup kemungkinan manajemen hanya mementingkan kepentingannya sendiri untuk memaksimalkan utilitas. Manajemen bisa melakukan tindakan-tindakan yang tidak menguntungkan perusahaan seperti penyalahgunaan kewenangan, penggelapan sumber daya yang secara keseluruhan dalam jangka panjang dapat merugikan kepentingan perusahaan. Perbedaan kepentingan antara pemilik dan pengelola inilah yang disebut *agency problem* (Jensen dan Meckling dalam Sutedi, 2011:24).

Jensen dan Meckling menjelaskan bahwa konflik keagenan yang terjadi antara *principal* dan *agent* menyebabkan adanya *agency cost* yang terdiri dari biaya pengawasan oleh *principal*, biaya perikatan oleh *agent* dan kerugian residual (*residual loss*). Kerugian residual ini adalah pengurangan kekayaan yang dimiliki oleh *principal* sebagai akibat perbedaan keputusan – keputusan yang diambil oleh *agent* dan keputusan – keputusan yang akan memaksimalkan kekayaan perusahaan *principal*. Jensen dan Meckling menyebutkan bahwa hubungan antara pemegang saham dan manajer memberikan gambaran yang utuh mengenai hubungan agensi. Hubungan agensi ini berkaitan dengan pemisahan kepemilikan dan pengawasan dalam struktur perusahaan.

Adanya perilaku dari manajer/agen untuk bertindak hanya untuk menguntungkan dirinya sendiri dengan mengorbankan kepentingan pihak lain/pemilik, dapat terjadi karena manajer mempunyai informasi yang lengkap mengenai perusahaan, sedangkan informasi tersebut tidak dimiliki oleh pemilik

perusahaan/*shareholders* (*asymetric information*), kondisi ini menimbulkan tata kelola perusahaan yang kurang sehat karena tidak adanya keterbukaan dari manajemen untuk mengungkapkan hasil kinerjanya kepada pemilik perusahaan (Sutojo, 2005:10).

Berdasarkan keadaan tersebut, dibutuhkan sistem tata kelola perusahaan yang baik pada perusahaan (*good corporate governance*) yang bertujuan untuk mendorong pengelolaan *corporate* yang terbuka dan *accountable* sehingga pemegang saham mempunyai kesempatan untuk mengkaji berbagai keputusan dan dasar pengambilan keputusan tersebut, serta menilai keefektifan keputusan yang telah diambil oleh manajemen.

Sistem *corporate governance* yang baik akan memberikan perlindungan yang efektif kepada para pemegang saham dan kreditur untuk memperoleh kembali atas investasi dengan wajar, tepat dan seefisien mungkin, serta memastikan bahwa manajemen bertindak sebaik yang dilakukannya untuk kepentingan perusahaan (FCGI dalam Darmawati, 2006:43). Upaya ini menimbulkan apa yang disebut sebagai *agency costs*, yang menurut teori ini harus dikeluarkan sedemikian rupa sehingga biaya untuk mengurangi kerugian yang timbul karena ketidakpatuhan setara dengan peningkatan biaya *enforcement*-nya.

Agency costs ini mencakup biaya untuk pengawasan oleh pemegang saham; biaya yang dikeluarkan oleh manajemen untuk menghasilkan laporan yang transparan, termasuk biaya audit yang independen dan pengendalian internal; serta biaya yang disebabkan karena menurunnya nilai kepemilikan pemegang saham sebagai bentuk '*bonding expenditures*' yang diberikan kepada manajemen dalam bentuk opsi dan berbagai manfaat untuk tujuan menyelaraskan kepentingan manajemen dengan pemegang saham.

(Muh.Arief Effendi, 2009:1-2) Pengertian Corporate Governance menurut Turnbull Report di Inggris (April 1990) yang dikutip oleh Tsuguoki Fujinuma adalah sebagai berikut :

“Corporate Governance is a company’s system of internal control, which has as its principal aim the management of risks that are significant to fulfilment

of its business objectives, with a view to safeguarding the company's assets and enhancing over time the value of the shareholders investment".

Berdasarkan pengertian di atas, corporate governance didefinisikan sebagai suatu sistem pengendalian internal perusahaan yang memiliki tujuan utama mengelola risiko yang signifikan guna memenuhi tujuan bisnisnya melalui pengamanan aset perusahaan dan meningkatkan nilai investasi pemegang saham dalam jangka panjang.

Bank Dunia (World Bank) mendefinisikan good corporate governance (GCG) sebagai kumpulan hukum, peraturan, dan kaidah-kaidah yang wajib dipenuhi, yang dapat mendorong kinerja sumber-sumber perusahaan untuk berfungsi secara efisien guna menghasilkan nilai ekonomi jangka panjang yang berkesinambungan bagi para pemegang saham maupun masyarakat sekitar secara keseluruhan.

Lembaga corporate governance di Malaysia, yaitu Finance Committee on Corporate Governance (FCCG), mendefinisikan corporate governance sebagai proses dan struktur yang digunakan untuk mengarahkan dan mengelola bisnis serta aktivitas perusahaan ke arah peningkatan pertumbuhan bisnis dan akuntabilitas perusahaan.

Pasal 1 Surat Keputusan Menteri BUMN NO.117/M-MBU/2002 Tanggal 31 Juli 2002 tentang Penerapan GCG pada BUMN menyatakan bahwa corporate governance adalah suatu proses dan struktur yang digunakan oleh organ BUMN untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas perusahaan guna mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dengan tetap memerhatikan pemangku kepentingan (stakeholder) lainnya, berlandaskan peraturan perundang-undangan dan nilai-nilai etika.

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut, GCG secara singkat dapat diartikan sebagai seperangkat sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan untuk menciptakan nilai tambah bagi para pemangku kepentingan. Hal ini disebabkan karena GCG dapat mendorong terbentuknya pola kerja manajemen yang Bersih, Transparan, dan Profesional (Moeljono, 2006:13). Implementasi prinsip-prinsip GCG secara konsisten di perusahaan akan menarik para investor,

baik domestik maupun asing. Hal ini sangat penting bagi perusahaan yang akan mengembangkan usahanya, seperti melakukan investasi baru maupun proyek ekspansi.

Prinsip-prinsip *good corporate governance* memegang peranan penting, antara lain pemenuhan informasi penting yang berkaitan dengan kinerja perusahaan sebagai bahan pertimbangan bagi para pemegang saham atau calon investor untuk menanamkan modalnya, perlindungan terhadap kedudukan pemegang saham dari penyalahgunaan wewenang dan penipuan yang dapat dilakukan oleh direksi atau komisaris perusahaan, juga sebagai perwujudan tanggung jawab perusahaan untuk mematuhi dan menjalankan setiap aturan yang ditentukan oleh peraturan perundangundangan di negara asalnya atau tempatnya berdomisili secara konsisten, termasuk peraturan di bidang lingkungan hidup, persaingan usaha, ketenagakerjaan, perpajakan, perlindungan konsumen dan sebagainya. Prinsip-prinsip Good Corporate Governance sesuai pasal 3 Surat Keputusan Menteri BUMN No. 117/M-MBU/2002 tanggal 31 Juli 2002 tentang penerapan Good Corporate Governance pada BUMN sebagai berikut (Muh. Arif Effendi, 2009: 4-5) :

A. Transparansi (*Transparancy*)

Keterbukaan dalam melaksanakan proses pengambilan keputusan dan pengungkapan informasi materil yang relevan mengenai perusahaan. Untuk menjaga objektivitas dalam menjalankan bisnis, perusahaan harus menyediakan informasi yang material dan relevan dengan cara yang mudah diakses dan dipahami oleh pemangku kepentingan. Perusahaan harus mengambil inisiatif untuk mengungkapkan tidak hanya masalah yang disyaratkan oleh peraturan perundang-undangan, tetapi juga hal yang penting untuk mengambil keputusan oleh pemegang saham, kreditur dan pemangku kepentingan lainnya.

B. Pengungkapan (*disclosure*)

Penyajian informasi kepada para pemangku kepentingan, baik diminta maupun tidak diminta, mengenai hal-hal yang berkenaan dengan kinerja operasional, keuangan, dan risiko usaha perusahaan.

C. Independensi (*Independency*)

Suatu keadaan dimana perusahaan dikelola secara profesional tanpa konflik kepentingan dan pengaruh atau tekanan dari pihak maupun yang tidak sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat. Untuk melancarkan asas GCG, perusahaan harus dikelola secara independen sehingga masing-masing organ perusahaan tidak saling mendominasi dan tidak dapat *diintervensi* oleh pihak lain.

D. Akuntabilitas (*accountability*)

Kejelasan fungsi, pelaksanaan serta pertanggungjawaban manajemen perusahaan sehingga pengelolaan perusahaan terlaksana secara efektif dan ekonomis. Perusahaan harus dapat mempertanggungjawabkan kinerjanya secara transparan dan wajar. Untuk itu dan perusahaan harus dikelola secara benar, terukur dan sesuai dengan kepentingan perusahaan dengan tetap memperhitungkan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lain. Akuntabilitas merupakan prasyarat yang diperlukan untuk mencapai kinerja yang berkesinambungan.

E. Responsibilitas (*Responsibility*)

Kesesuaian pengelolaan perusahaan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat. Perusahaan harus mematuhi peraturan perundang-undangan serta melaksanakan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sehingga dapat terpelihara kesinambungan usaha dalam jangka panjang dan mendapat pengakuan sebagai *good corporate citizen*.

F. Keadilan dan Kewajaran (*Fairness*)

Keadilan dan kesetaraan dalam memenuhi hak-hak pemangku kepentingan yang timbul sebagai akibat dari perjanjian dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Dalam melaksanakan kegiatannya, perusahaan harus senantiasa

memperhatikan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya berdasarkan asas kesetaraan dan kewajiban.

Adapun **Manfaat *Good Corporate Governance***, (Sutojo, 2005:22) menjelaskan manfaat-manfaat dari penerapan *good corporate governance* dalam suatu perusahaan yaitu:

1. Mengurangi *agency cost*, biaya yang timbul karena penyalahgunaan wewenang (*wrong doing*), ataupun berupa biaya pengawasan yang timbul untuk mencegah terjadinya suatu masalah.
2. Meningkatkan nilai saham perusahaan, sehingga dapat meningkatkan citra perusahaan dimata publik dalam jangka waktu yang lama.
3. Melindungi hak dan kepentingan pemegang saham.
4. Meningkatkan efisiensi dan efektivitas kerja dewan pengurus atau manajemen puncak dan manajemen perusahaan, sekaligus meningkatkan mutu hubungan manajemen puncak dengan manajemen senior perusahaan

Namun manfaat yang optimal dari *good corporate governance* ini tidak sama dari suatu perusahaan dengan perusahaan yang lain. Hal ini dikarenakan adanya perbedaan faktor-faktor intern perusahaan, termasuk riwayat hidup perusahaan, jenis usaha, jenis risiko, struktur permodalan dan manajemennya. Manfaat GCG ini bukan hanya untuk saat ini, tetapi juga dalam jangka panjang dapat menjadi pilar utama pendukung tumbuh kembangnya perusahaan sekaligus pilar pemenang era persaingan global. Akan tetapi, keberhasilan penerapan GCG juga memiliki prasyarat tersendiri. Di sini, ada dua faktor yang memegang peranan, yaitu faktor eksternal dan internal. (Moeljono, 2006:17)

Faktor Eksternal dan Internal menurut Moeljono, 2006:17), sebagai berikut :

Faktor Eksternal, yang dimaksud faktor eksternal adalah beberapa faktor yang berasal dari luar perusahaan yang sangat mempengaruhi keberhasilan penerapan GCG. Di antaranya:

- a. Terdapatnya sistem hukum yang baik sehingga mampu menjamin berlakunya supremasi hukum yang konsisten dan efektif.
- b. Dukungan pelaksanaan GCG dari sektor publik/ lembaga pemerintahan yang diharapkan dapat pula melaksanakan *Good Governance* dan *Clean Government* menuju *Good Government Governance* yang sebenarnya.
- c. Terdapatnya contoh pelaksanaan GCG yang tepat (*best practices*) yang dapat menjadi standard pelaksanaan GCG yang efektif dan profesional. Dengan kata lain, semacam *benchmark* (acuan).
- d. Terbangunnya sistem tata nilai sosial yang mendukung penerapan GCG di masyarakat. Ini penting karena lewat sistem ini diharapkan timbul partisipasi aktif berbagai kalangan masyarakat untuk mendukung aplikasi serta sosialisasi GCG secara sukarela.
- e. Hal lain yang tidak kalah pentingnya sebagai prasyarat keberhasilan implementasi GCG terutama di Indonesia adalah adanya semangat anti korupsi yang berkembang di lingkungan publik di mana perusahaan beroperasi disertai perbaikan masalah kualitas pendidikan dan perluasan peluang kerja. Bahkan dapat dikatakan bahwa perbaikan lingkungan publik sangat mempengaruhi kualitas dan skor perusahaan dalam implementasi GCG.

Faktor Internal

Maksud faktor internal adalah pendorong keberhasilan pelaksanaan praktek GCG yang berasal dari dalam perusahaan. Beberapa faktor dimaksud antara lain:

- a. Terdapatnya budaya perusahaan (*corporate culture*) yang mendukung penerapan GCG dalam mekanisme serta sistem kerja manajemen di perusahaan.
- b. Berbagai peraturan dan kebijakan yang dikeluarkan perusahaan mengacu pada penerapan nilai-nilai GCG.
- c. Manajemen pengendalian risiko perusahaan juga didasarkan pada kaidah-kaidah standar GCG.

- d. Terdapatnya sistem audit (pemeriksaan) yang efektif dalam perusahaan untuk menghindari setiap penyimpangan yang mungkin akan terjadi.
- e. Adanya keterbukaan informasi bagi publik untuk mampu memahami setiap gerak dan langkah manajemen dalam perusahaan sehingga kalangan publik dapat memahami dan mengikuti setiap derap langkah perkembangan dan dinamika perusahaan dari waktu ke waktu.

Di luar dua faktor di atas, aspek lain yang paling strategis dalam mendukung penerapan GCG secara efektif sangat tergantung pada kualitas, *skill*, kredibilitas, dan integritas berbagai pihak yang menggerakkan organ perusahaan. Jika berbagai prinsip dan aspek penting GCG dilanggar suatu perusahaan, maka sudah dapat dipastikan perusahaan tersebut tidak akan mampu bertahan lama dalam persaingan bisnis global dewasa ini, meski perusahaan itu memiliki lingkungan kondusif bagi pertumbuhan bisnisnya, seperti yang dialami oleh raksasa bisnis Enron Inc. di AS beberapa waktu lalu. (Muh.Arif Effendi, 2009:113).

Dalam kasus Enron ini, sistem kontrol berlapis-lapis ternyata tak bisa mencegah sekelompok pimpinan yang memuaskan ketamakannya untuk kepentingan sendiri. Eksekutif Enron Inc. yang seharusnya berkewajiban moral memberikan data keuangan yang jujur - sebagaimana keharusan perusahaan publik, ternyata tidak melakukan tugas itu. Begitu pula, independent auditor yang semestinya tidak hanya memastikan bahwa laporan keuangan sebuah perusahaan sesuai aturan dan standar akuntansi, tetapi juga memberi investor maupun kreditor gambaran yang fair serta akurat tentang apa yang sebenarnya terjadi, ternyata gagal menjalankan perannya. Perusahaan Akuntan besar sekaliber Andersen gagal melakukannya.

Unsur *Good Corporate Governance*

(Sutedi, 2011:30) Adapun ketujuh unsur-unsur di dalam GCG, yaitu :

1. Shareholders

Kerangka yang dibangun dalam corporate governance harus mampu melindungi hak-hak pemegang saham.

2. *Board of commissioners*
Komisaris memiliki tanggung jawab dan wewenang untuk melakukan supervise atas semua kebijakan dan tindakan yang dilakukan oleh Direksi serta memberikan pertimbangan-pertimbangan jika dibutuhkan.
3. *Board of managing directors*
Direksi harus tersiri dari orang-orang yang berkarakter baik dan memiliki pengalaman mengendalikan perusahaan. Direksi harus mengendalikan perusahaan sesuai tujuan perusahaan dan pemegang saham.
4. *Audit system*
Khusus untuk perusahaan yang sudah *go-public* dibutuhkan suatu pemeriksaan yang profesional dan independen atas pembukuan yang telah dilakukan.
5. *Corporate secretary*
Tugas utamanya adalah sebagai pihak yang menjebatani antara perusahaan dengan investor disamping juga sebagai *compliance officer* dan *custodian* dokumen-dokumen penting perusahaan.
6. *Stakeholders*
Yang termasuk dalam kelompok ini adalah masyarakat dimana perusahaan beroperasi, pegawai, pelanggan, pemasok, kreditur dan kelompok-kelompok lainnya yang berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan.
7. *Disclosure*
Perusahaan berinisiatif untuk mengungkapkan tidak hanya yang diwajibkan oleh hukum tetapi juga hal-hal penting yang berkaitan dengan keputusan investor, pemegang saham, kreditur dan pemegang kepentingan lainnya.

Good Corporate Governance di Indonesia

(Muh.Arif Effendi, 2009:7) Konsep *Good Corporate Governance* masuk di Indonesia diperkenalkan oleh pemerintahan Indonesia dan *International Monetary Fund* IMF dalam rangka pemulihan ekonomi. Pada April 2001, Komite Nasional Indonesia untuk kebijakan Tata Kelola Perusahaan (*Corporate*

Governance Policies) mengeluarkan *The Indonesian Code Of Good Corporate Governance* bagi masyarakat bisnis Indonesia, dan di dalamnya dimuat hal-hal yang berkaitan dengan :

1. Pemegang saham dan hak mereka
2. Fungsi dewan komisaris perusahaan
3. Fungsi direksi perusahaan
4. Sistem audit
5. Sekretaris perusahaan
6. Pemangku kepentingan
7. Prinsip pengungkapan informasi perusahaan secara transparan
8. Prinsip kerahasiaan
9. Etika bisnis dan korupsi
10. Perlindungan terhadap lingkungan hidup

Pada tahun pertama, ketentuan tentang tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*) tersebut (terutama) ditunjukkan bagi perusahaan-perusahaan publik, BUMN, dan perusahaan-perusahaan yang mempergunakan dan publik atau ikuy serta dalam pengelolaan dan publik (Sutojo dan Aldrige, 2005:37)

Mekanisme *Corporate Governance*

Mekanisme *Corporate Governance* merupakan suatu aturan main, prosedur dan hubungan yang jelas antara pihak yang mengambil keputusan dengan pihak yang melakukan kontrol terhadap keputusan tersebut. Mekanisme *Corporate Governance* diarahkan untuk menjamin dan mengawasi berjalannya sistem *governance* dalam sebuah organisasi (Sutojo, 2005:37).

(Sutedi, 2011:2) *good corporate governance* (GCG) merupakan sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan yang menciptakan nilai tambah (*value added*) untuk semua *stakeholder*. Mekanisme *corporate governance* mengacu pada sekumpulan mekanisme yang mempengaruhi keputusan yang akan diambil oleh manajer ketika terjadi pemisahan antara kepemilikan dan pengendalian. *Corporate governance* akan diprosikan dengan variabel

kepemilikan institusional, kepemilikan manajemen, dewan komisaris independen, dan komite audit. Di dalam penelitian ini *Good Corporate Governance* akan difokuskan pada Proporsi Komisaris Independen.

Komisaris Independen

Dewan komisaris merupakan organ perusahaan yang memiliki tanggung jawab dan kewenangan penuh atas pengurusan perusahaan. Fungsi dewan komisaris independen antara lain; melakukan pengawasan terhadap direksi dalam pencapaian tujuan perusahaan dan memberhentikan direksi sementara bila diperlukan. (Baridwan, 2000:53).

Dewan komisaris sebagai puncak dari sistem pengelolaan internal perusahaan, memiliki peranan terhadap aktivitas pengawasan. (Herwindayatmo, 2000:31). Komisaris independen merupakan pihak yang mempunyai tanggung jawab untuk mendorong diterapkannya *Good Corporate Governance* didalam perusahaan melalui pemberdayaan dewan komisaris agar dapat melakukan tugas pengawasan dan pemberian nasihat kepada manajer secara efektif dan lebih memberikan nilai tambahan bagi perusahaan. Pernyataan ini didukung oleh Muh.Arif Effendi (2009:19) yang menyatakan bahwa komisaris independen merupakan posisi terbaik untuk melaksanakan fungsi monitoring agar tercipta perusahaan yang *Good Corporate Governance*.

Komisaris menurut Komite Nasional Good Corporate Governance (KNGCG) mengeluarkan pedoman tentang komisaris independen yang ada di perusahaan publik. Bagian II. 1 dari pedoman tersebut menyebutkan bahwa pada prinsipnya, komisaris bertanggungjawab dan berwenang untuk mengawasi kebijakan dan tindakan direksi, serta memberikan nasihat kepada direksi, jika diperlukan.

Untuk membantu komisaris dalam menjalankan tugasnya, berdasarkan prosedur yang telah ditetapkan, maka seorang komisaris dapat meminta nasihat dari pihak ketiga dan/atau membentuk komite khusus. Setiap anggota komisaris harus berwatak amanah dan mempunyai pengalaman dan kecakapan yang diperlukan untuk menjalankan tugasnya. (Muh.Arief Effendi, 2009:18)

Komisaris dalam peraturan Bursa Efek.

Butir 1-a dari Peraturan Pencatatan Efek No. 1-A PT Bursa Efek Indonesia mengenai Ketentuan Umum Pencatatan Efek yang bersifat Ekuitas di Bursa mengatur tentang rasio komisaris independen. Dalam butir tersebut dinyatakan bahwa jumlah komisaris independen haruslah secara proporsional sebanding dengan jumlah saham yang dimiliki oleh pihak yang bukan merupakan pemegang saham pengendali, dengan ketentuan bahwa jumlah komisaris independen sekurang-kurangnya 30% dari seluruh jumlah anggota komisaris.

Butir 2 dari peraturan tersebut mengatur mengenai persyaratan komisaris independen. Butir tersebut menyatakan bahwa komisaris independen dilarang untuk memiliki hubungan terafiliasi baik dengan pemegang saham pengendali, direktur, maupun komisaris lainnya; dan untuk bekerja rangkap dengan perusahaan terafiliasi. Selain itu, komisaris independen diharuskan untuk memahami peraturan perundang-undangan di bidang pasar modal. (Muh.Arief Effendi, 2009:16)

(Sutedi, 2011:44) Tanggung jawab Dewan Komisaris dan Direksi dalam menjaga kelangsungan usaha perusahaan dalam jangka panjang tercermin pada:

1. Terlaksananya dengan baik kontrol internal dan manajemen risiko.
2. Tercapainya imbal hasil (*return*) yang optimal bagi pemegang saham.
3. Terlindunginya kepentingan pemangku kepentingan secara wajar.
4. Terlaksananya suksesi kepemimpinan yang wajar demi kesinambungan manajemen di semua lini organisasi.

(Sutedi, 2011:44) Sesuai dengan visi, misi, dan nilai-nilai perusahaan, Dewan Komisaris dan Direksi perlu bersama-sama menyepakati hal-hal tersebut dibawah ini:

1. Rencana jangka panjang, strategi, maupun rencana kerja dan anggaran tahunan.
2. Kebijakan dalam memastikan pemenuhan peraturan perundang-undangan dan anggaran dasar perusahaan serta dalam menghindari segala bentuk benturan kepentingan.

3. Kebijakan dan metode penilaian perusahaan, unit dalam perusahaan dan personalianya.
4. Struktur organisasi sampai satu tingkat dibawah Direksi yang dapat mendukung tercapainya visi, misi dan nilai-nilai perusahaan.

Adanya komisaris independen dalam suatu perusahaan dapat menyeimbangkan dalam pengambilan keputusan khususnya dalam rangka perlindungan terhadap pemegang saham minoritas dan pihak-pihak lain yang terkait. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan komisaris independen pada suatu perusahaan dapat mempengaruhi integritas suatu laporan keuangan yang dihasilkan oleh manajemen.

Jika perusahaan memiliki komisaris independen maka laporan keuangan yang disajikan oleh manajemen cenderung lebih berintegritas, karena didalam perusahaan terdapat badan yang mengawasi dan melindungi hak-hak pihak-pihak diluar manajemen perusahaan. (Sutojo, 2005:51).

Keberadaan dewan komisaris independen di Indonesia diatur dengan Ketentuan Bapepam dan Peraturan Bursa Efek Indonesia No. 1-A tanggal 14 Juli tahun 2004. Berdasarkan aturan tersebut, jumlah dewan komisaris independen minimal adalah 30%. Ketentuan ini memberikan pengaruh terhadap pengendalian dan pengawasan terhadap manajemen dalam operasi perusahaannya, diantaranya adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Aplikasi pengendalian dan pengawasan terhadap manajemen oleh komisari independen adalah ketika manajemen tidak melakukan aktivitas-aktivitas yang sesuai dengan capaian yang telah ditentukan dan aktivitas lainnya yang dapat memberikan dampak positif terhadap keberlangsungan perusahaan di masa yang akan datang. Aktivitas yang dimaksud adalah pelaksanaan dan pengungkapan aktivitas CSR. Komisaris independen dapat melakukan aktivitas pengawasan dan pengendalian terhadap pengungkapan CSR.

2.2.2. Profitabilitas

Pengertian Profitabilitas

Fransiscus (2005:2) Profitabilitas merupakan gambaran dari kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan. Ukuran profitabilitas dapat berbagai macam seperti : laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi/aktiva, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik.

Fransiscus (2005:2) Profitabilitas merupakan alat yang digunakan untuk menganalisis kinerja manajemen, tingkat profitabilitas akan menggambarkan posisi laba perusahaan. Para investor di pasar modal sangat memperhatikan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan dan meningkatkan laba, hal ini merupakan daya tarik bagi investor dalam melakukan jual beli saham, oleh karena itu manajemen harus mampu memenuhi target yang telah ditetapkan.

Menurut Kasmir (2008:196), “ Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan ”. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektifitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Pada dasarnya penggunaan rasio ini yakni menunjukkan tingkat efisiensi suatu perusahaan.

Tujuan dan Manfaat Rasio Profitabilitas

Tujuan didirikannya sebuah perusahaan adalah memperoleh laba (*profit*), maka wajar apabila profitabilitas menjadi perhatian utama para analis dan investor. Tingkat profitabilitas yang konsisten akan mampu bertahan dalam bisnisnya dengan memperoleh *return* yang memadai dibanding dengan risikonya, (Toto dalam Kasmir, 2008:197).

Manfaat rasio profitabilitas tidak terbatas hanya pada pemilik usaha atau manajemen saja, tetapi juga bagi pihak luar perusahaan, terutama pihak – pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan

Kasmir (2008:198), menerangkan bahwa tujuan dan manfaat penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan yakni :

1. untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu

2. untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang
3. untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu
4. untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri
5. untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri
6. untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri

Jenis-jenis Rasio Profitabilitas

Rasio yang termasuk rasio profitabilitas antara lain:

1. Gross Profit Margin (Margin Laba Kotor)

Gross profit margin merupakan rasio yang mengukur efisiensi pengendalian harga pokok atau biaya produksinya, mengindikasikan kemampuan perusahaan untuk berproduksi secara efisien. Kasmir (2008:199).

Gross profit margin merupakan persentase laba kotor dibandingkan dengan sales. Semakin besar *gross profit margin* semakin baik keadaan operasi perusahaan, karena hal ini menunjukkan bahwa harga pokok penjualan relatif lebih rendah dibandingkan dengan sales, demikian pula sebaliknya, semakin rendah *gross profit margin* semakin kurang baik operasi perusahaan. Kasmir (2008:199).

Gross profit margin dihitung dengan formula:

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Penjualan} - \text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Penjualan}}$$

Gross Profit Margin

2. Net Profit Margin (Margin Laba Bersih)

Rasio ini mengukur laba bersih setelah pajak terhadap penjualan. Semakin tinggi *Net profit margin* semakin baik operasi suatu perusahaan. Kasmir (2008:200)

Net profit margin dihitung dengan rumus:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Penjualan}}$$

Net Profit Margin

3. Rentabilitas Ekonomi/ daya laba besar/ basic earning power

Rentabilitas ekonomi merupakan perbandingan laba sebelum pajak terhadap total asset. Jadi rentabilitas ekonomi mengindikasikan seberapa besar kemampuan asset yang dimiliki untuk menghasilkan tingkat pengembalian atau pendapatan atau dengan kata lain Rentabilitas Ekonomi menunjukkan kemampuan total aset dalam menghasilkan laba.

Rentabilitas ekonomi mengukur efektifitas perusahaan dalam memanfaatkan seluruh sumberdaya yang menunjukkan rentabilitas ekonomi perusahaan. Kasmir (2008:201).

Rentabilitas Ekonomi dihitung dengan rumus:

$$\text{Rentabilitas Ekonomi} = \frac{\text{Laba Bersih Sebelum Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

Rentabilitas Ekonomi

Rentabilitas ekonomi dapat ditentukan dengan mengalikan operating profit margin dengan asset turnover. Rendahnya Rentabilitas Ekonomi tergantung dari .Kasmir (2008:201):

- *Asset Turnover*
- *Operating Profit Margin*

Operating profit margin merupakan perbandingan antara laba usaha dan penjualan. *Operating profit margin* merupakan rasio yang menggambarkan apa yang biasanya disebut pure profit yang diterima atas setiap rupiah dari penjualan yang dilakukan. (Syamsuddin dalam Kasmir, 2008:202).

Operating profit disebut murni (*pure*) dalam pengertian bahwa jumlah tersebutlah yang benar-benar diperoleh dari hasil operasi perusahaan dengan mengabaikan kewajiban- kewajiban finansial berupa bunga serta kewajiban

terhadap pemerintah berupa pembayaran pajak. Apabila semakin tinggi operatig profit margin maka akan semakin baik pula operasi suatu perusahaan.

Operating profit margin dihitung sebagai berikut:

$$\text{Operating Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih Sebelum Pajak}}{\text{Penjualan}}$$

Operating Profit Margin

4. *Earning per share (EPS)*

Earning per share adalah rasio yang menunjukkan berapa besar kemampuan perlembar saham dalam menghasilkan laba. (Syafri dalam Kasmir, 2008:203).

Earning per share merupakan rasio yang menggambarkan jumlah rupiah yang diperoleh untuk setiap lembar saham biasa, Kasmir (2008:203). Oleh karena itu pada umumnya manajemen perusahaan, pemegang saham biasa dan calon pemegang saham sangat tertarik akan *earning per share*. *Earning per share* adalah suatu indikator keberhasilan perusahaan.

Earning per share dihitung dengan rumus:

$$\text{EPS} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak} - \text{Deviden Saham Preferen}}{\text{Jumlah saham biasa yang beredar}}$$

Earning per share

5. *Return on Investment*

Return on investment merupakan perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan total aktiva. *Return on investment* adalah merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan secara keseluruhan didalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia didalam perusahaan .Kasmir (2008:204).

Semakin tinggi rasio ini semakin baik keadaan suatu perusahaan. *Return on investment* merupakan rasio yang menunjukkan berapa besar laba bersih diperoleh perusahaan bila di ukur dari nilai aktiva (Syafri dalam Kasmir, 2008:204).

Return on Investment dihitung dengan rumus:

$$\text{ROI} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

Return on Investment

Atau dapat dihitung dengan: ***ROI = Net profit margin x Assets turn over***

6. *Return on Equity*

Return on equity merupakan perbandingan antara laba bersih sesudah pajak dengan total ekuitas. *Return on equity* merupakan suatu pengukuran dari penghasilan (*income*) yang tersedia bagi para pemilik perusahaan (baik pemegang saham biasa maupun pemegang saham preferen) atas modal yang mereka investasikan di dalam perusahaan. (Syafri dalam Kasmir, 2008:205).

Return on equity adalah rasio yang memperlihatkan sejauh manakah perusahaan mengelola modal sendiri (*net worth*) secara efektif, mengukur tingkat keuntungan dari investasi yang telah dilakukan pemilik modal sendiri atau pemegang saham perusahaan. (Kasmir, 2008:205). ROE menunjukkan rentabilitas modal sendiri atau yang sering disebut rentabilitas usaha. *Return on equity* dapat dihitung dengan formula:

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Ekuitas}}$$

Return on Equity

Dalam penelitian ini profitabilitas diprosikan melalui *Return on equity* (ROE) sebagai ukuran profitabilitas perusahaan. Rasio ini digunakan untuk mengukur kinerja manajemen perusahaan dalam mengelola modal yang tersedia untuk menghasilkan laba setelah pajak. Semakin besar ROE, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai perusahaan sehingga kemungkinan suatu perusahaan dalam kondisi bermasalah semakin kecil. Pemilik perusahaan lebih tertarik pada seberapa besar kemampuan perusahaan memperoleh keuntungan terhadap modal yang mereka tanamkan. Alasannya adalah rasio ini banyak diamati oleh para pemegang saham serta para investor di pasar modal yang ingin

membeli saham perusahaan yang bersangkutan. Kenaikan dalam rasio ini berarti terjadi kenaikan laba bersih dan perusahaan yang bersangkutan. Selanjutnya, kenaikan tersebut akan menyebabkan kenaikan harga saham dan nilai perusahaan.

2.2.3. Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR)

Definisi Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerja beserta keluarganya. (Wibisono dalam Hendrik, 2008:5).

Dari sekian banyak definisi CSR, salah satu yang menggambarkan CSR di Indonesia adalah definisi (Rahmatullah, 2011:1) yang menyatakan bahwa CSR adalah operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, melainkan pula untuk membangun sosial-ekonomi kawasan secara holistik, melembaga dan berkelanjutan. Dari definisi tersebut, dapat kita lihat bahwa salah satu aspek yang dalam pelaksanaan CSR adalah komitmen berkelanjutan dalam mensejahterakan komunitas lokal masyarakat sekitar.

Terkait dengan area tanggung jawab sosial perusahaan, *Organization Economic Cooperation and Development* (OECD) dalam (Wibisono dalam Hendrik, 2008:8) menyepakati pedoman bagi perusahaan multinasional dalam melaksanakan CSR. Pedoman tersebut berisi kebijakan umum, meliputi:

1. Memberikan kontribusi untuk kemajuan ekonomi, sosial, dan lingkungan berdasarkan pandangan untuk mencapai pembangunan berkelanjutan,
2. Menghormati hak-hak asasi manusia yang dipengaruhi kegiatan yang dijalankan perusahaan tersebut sejalan dengan kewajiban dan komitmen pemerintah di negara tempat perusahaan beroperasi,
3. Mendorong pembangunan kapasitas lokal melalui kerja sama yang erat dengan komunitas lokal, termasuk kepentingan bisnis, selain

mengembangkan kegiatan perusahaan di pasar dalam dan luar negeri sejalan dengan kebutuhan praktik perdagangan,

4. Mendorong pembentukan *human capital*, khususnya melalui penciptaan kesempatan kerja dan memfasilitasi pelatihan bagi para karyawan,

5. Menahan diri untuk tidak mencari atau menerima pembebasan di luar yang dibenarkan secara hukum yang terkait dengan sosial lingkungan, kesehatan dan keselamatan kerja, perburuhan, perpajakan, insentif finansial, dan isu-isu lain,

6. Mendorong dan memegang teguh prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) serta mengembangkan dan menerapkan praktik-praktik tata kelola perusahaan yang baik,

7. Mengembangkan dan menerapkan praktik-praktik sistem manajemen yang mengatur diri sendiri secara efektif guna menumbuhkembangkan relasi saling percaya diantara perusahaan dan masyarakat tempat perusahaan beroperasi,

8. Mendorong kesadaran pekerja yang sejalan dengan kebijakan perusahaan melalui penyebarluasan informasi tentang kebijakan-kebijakan itu pada pekerja termasuk melalui program-program pelatihan,

9. Menahan diri untuk tidak melakukan tindakan tebang pilih (*diskriminatif*) dan *indisipliner*,

10. Mengembangkan mitra bisnis, termasuk para pemasok dan subkontraktor, untuk menerapkan aturan perusahaan yang sejalan dengan pedoman tersebut,

11. Bersikap abstain terhadap semua keterlibatan yang tak sepatutnya dalam kegiatan-kegiatan politik lokal.

Manfaat dan Motif *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Terdapat manfaat yang didapatkan dari pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan, baik bagi perusahaan sendiri, bagi masyarakat, pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya. (Wibisono dalam Hendrik, 2008:9). menguraikan manfaat yang akan diterima dari pelaksanaan CSR, diantaranya:

1. Bagi Perusahaan. Terdapat empat manfaat yang diperoleh perusahaan dengan mengimplementasikan CSR. *Pertama*, keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan dan perusahaan mendapatkan citra yang positif dari masyarakat luas. *Kedua*, perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap modal (*capital*). *Ketiga*, perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia (*human resources*) yang berkualitas. *Keempat*, perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis (*critical decision making*) dan mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*),
2. 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. Pekerja lokal yang diserap akan mendapatkan perlindungan akan hak-haknya sebagai pekerja. Jika terdapat masyarakat adat atau masyarakat lokal, praktek CSR akan mengharagai keberadaan tradisi dan budaya lokal tersebut,
3. Bagi lingkungan, praktik CSR akan mencegah eksploitasi berlebihan atas sumber daya alam, menjaga kualitas lingkungan dengan menekan tingkat polusi dan justru perusahaan terlibat mempengaruhi lingkungannya,
4. Bagi negara, praktik CSR yang baik akan mencegah apa yang disebut “*corporate misconduct*” atau malpraktik bisnis seperti penyuapan pada aparat negara atau aparat hukum yang memicu tingginya korupsi. Selain itu, negara akan menikmati pendapatan dari pajak yang wajar (yang tidak digelapkan) oleh perusahaan.

Selain manfaat yang telah diuraikan sebelumnya, tidak ada satu perusahaan pun yang menjalankan CSR tanpa memiliki motivasi. Karena bagaimanapun tujuan perusahaan melaksanakan CSR terkait erat dengan motivasi yang dimiliki.

(Wibisono dalam Hendrik, 2008:12) menyatakan bahwa sulit untuk menentukan *benefit* perusahaan yang menerapkan CSR, karena tidak ada yang dapat menjamin bahwa bila perusahaan yang telah mengimplementasikan CSR

dengan baik akan mendapat kepastian *benefit*-nya. Oleh karena itu terdapat beberapa motif dilaksanakannya CSR, diantaranya:

1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan *brand image* perusahaan. Perbuatan destruktif akan menurunkan reputasi perusahaan. Begitupun sebaliknya, kontribusi positif akan mendongkrak reputasi perusahaan. Inilah yang menjadi modal *non-financial* utama bagi perusahaan dan bagi *stakeholders*-nya yang menjadi nilai tambah bagi perusahaan untuk dapat tumbuh secara berkelanjutan.
2. Layak mendapatkan *social licence to operate*. Masyarakat sekitar perusahaan merupakan komunitas utama perusahaan. Ketika mereka mendapatkan *benefit* dari keberadaan perusahaan, maka pasti dengan sendirinya mereka ikut merasa memiliki perusahaan. Sebagai imbalan yang diberikan ke perusahaan paling tidak adalah keleluasaan perusahaan untuk menjalankan roda bisnisnya di wilayah tersebut. Jadi program CSR diharapkan menjadi bagian dari asuransi sosial (*social insurance*) yang akan menghasilkan harmoni dan persepsi positif dari masyarakat terhadap eksistensi perusahaan.
3. Mereduksi risiko bisnis perusahaan. Perusahaan mesti menyadari bahwa kegagalan untuk memenuhi ekspektasi *stakeholders* akan menjadi bom waktu yang dapat memicu risiko yang tidak diharapkan. Bila itu terjadi, maka disamping menanggung *opportunity loss*, perusahaan juga harus mengeluarkan biaya yang mungkin berlipat besarnya dibandingkan biaya untuk mengimplementasikan CSR.
4. Melebarkan akses sumber daya. *Track record* yang baik dalam pengelolaan CSR merupakan keunggulan bersaing bagi perusahaan yang dapat membantu untuk memuluskan jalan menuju sumber daya yang diperlukan perusahaan.
5. Membentangkan akses menuju market. Investasi yang ditanamkan untuk program CSR ini dapat menjadi tiket bagi perusahaan menuju peluang pasar yang terbuka lebar. Termasuk didalamnya akan memupuk loyalitas konsumen dan menembus pangsa pasar baru.

6. Mereduksi biaya. Banyak contoh yang dapat menggambarkan keuntungan perusahaan yang didapat dari penghematan biaya yang merupakan buah dari implementasi dari penerapan program tanggung jawab sosialnya. Contohnya adalah upaya untuk mereduksi limbah melalui proses *recycle* atau daur ulang kedalam siklus produksi.
7. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*. Implementasi program CSR tentunya akan menambah frekuensi komunikasi dengan *stakeholders*. Nuansa seperti itu dapat membentangkan karpet merah bagi terbentuknya *trust* kepada perusahaan.
8. Memperbaiki hubungan dengan regulator. Perusahaan yang menerapkan program CSR pada dasarnya merupakan upaya untuk meringankan beban pemerintah sebagai regulator. Sebab pemerintahlah yang menjadi penanggungjawab utama untuk mensejahterakan masyarakat dan melestarikan lingkungan. Tanpa bantuan dari perusahaan, umumnya terlalu berat bagi pemerintah untuk menanggung beban tersebut.
9. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan. Kesejahteraan yang diberikan para pelaku CSR umumnya sudah jauh melebihi standar normatif kewajiban yang dibebankan kepada perusahaan. Oleh karenanya wajar bila karyawan menjadi terpacu untuk meningkatkan kinerjanya.
10. Peluang mendapatkan penghargaan. Banyak *reward* ditawarkan bagi penggiat CSR, sehingga kesempatan untuk mendapatkan penghargaan mempunyai kesempatan yang cukup tinggi.

Salah satu motif perusahaan dalam melaksanakan CSR dan menjadi bagian penting adalah menjalin hubungan yang baik dengan regulator. Perusahaan berdiri berdasarkan izin yang diberikan pemerintah, dan diharapkan mampu berkontribusi dalam pembangunan melalui pembayaran kewajiban berupa pajak dan lainnya, juga secara sadar turut membangun kepedulian terhadap meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan.

Hal terpenting dari cara pandang perusahaan sehingga melaksanakan CSR adalah upaya untuk memenuhi kewajiban (*compliance*). Kewajiban bisa

bersumber dari aturan pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan, baik yang ditetapkan melalui Undang-undang, peraturan pemerintah, peraturan menteri, hingga peraturan daerah, ataupun peraturan yang dibuat berdasarkan kesepakatan antar perusahaan maupun lembaga yang melakukan standarisasi produk. Kepatuhan terhadap hukum menjadi penting, karena dimensi dibuatnya aturan bertujuan agar perusahaan tidak hanya fokus pada keuntungan bisnis semata, melainkan mampu memberikan kontribusi positif bagi pembangunan.

Implementasi CSR di perusahaan pada umumnya dipengaruhi beberapa faktor (Nurdizal et al. 2011). Pertama, terkait dengan komitmen pemimpinnya. Kedua, menyangkut ukuran dan kematangan perusahaan. Ketiga, regulasi dan sistem perpajakan yang diatur pemerintah. Semakin kondusif regulasi atau semakin besar insentif pajak yang diberikan, akan lebih berpotensi memberi semangat kepada perusahaan untuk berkontribusi kepada masyarakat.

Peraturan Hukum Terkait Corporate Social Responsibility (CSR)

Terdapat 4 (empat) peraturan yang mewajibkan perusahaan tertentu untuk menjalankan program tanggungjawab sosial perusahaan atau CSR dan satu acuan (*Guidance*) ISO 26000 sebagai referensi dalam menjalankan CSR, sebagaimana diuraikan (Rahmatullah, 2011:17)

1. Keputusan Menteri BUMN Tentang Program Kemitraan Bina Lingkungan (PKBL).

Berdasarkan Peraturan Menteri Negara BUMN, Per-05/MBU/2007 Pasal 1 ayat (6) dijelaskan bahwa Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil, yang selanjutnya disebut Program Kemitraan, adalah program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN.

Sedangkan pada pasal 1 ayat (7) dijelaskan bahwa Program Bina Lingkungan, yang selanjutnya disebut Program BL, adalah program

pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh BUMN melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN.

Adapun ruang lingkup bantuan Program BL BUMN, berdasarkan Permeneq BUMN, Per-05/MBU/2007 Pasal 11 ayat (2) huruf e adalah:

- 1) Bantuan korban bencana alam;
- 2) Bantuan pendidikan dan/atau pelatihan;
- 3) Bantuan peningkatan kesehatan;
- 4) Bantuan pengembangan prasarana dan/atau sarana umum;
- 5) Bantuan sarana ibadah;
- 6) Bantuan pelestarian alam.

2. Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007.

Selain BUMN, saat ini Perseroan Terbatas (PT) yang mengelola atau operasionalnya terkait dengan Sumber Daya Alam (SDA) diwajibkan melaksanakan program CSR, karena telah diatur dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007.

Dalam pasal 74 dijelaskan bahwa:

- 1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam, wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan,
- 2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran,
- 3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan,
- 4) Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

3. Undang-Undang Penanaman Modal Nomor 25 Tahun 2007

Peraturan lain yang mewajibkan CSR adalah Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007, tentang Penanaman Modal, baik penanaman modal dalam negeri, maupun penanaman modal asing. Dalam Pasal 15 (b) dinyatakan bahwa setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan.

Sanksi-sanksi terhadap badan usaha atau perseorangan yang melanggar peraturan, diatur dalam Pasal 34, yaitu berupa sanksi administratif dan sanksi lainnya, diantaranya: (a) Peringatan tertulis; (b) pembatasan kegiatan usaha; (c) pembekuan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal; atau (d) pencabutan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal.

4. Undang-Undang Minyak dan Gas Bumi Nomor 22 Tahun 2001

Khusus bagi perusahaan yang operasionalnya mengelola Sumber Daya Alam (SDA) dalam hal ini minyak dan gas bumi, terikat oleh Undang-undang Nomor 22 Tahun 2001, tentang Minyak dan Gas Bumi, disebutkan pada Pasal 13 ayat 3 (p),: Kontrak Kerja Sama sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) wajib memuat paling sedikit ketentuan-ketentuan pokok yaitu: (p) pengembangan masyarakat sekitarnya dan jaminan hak-hak masyarakat adat.

Berdasarkan Undang-undang tersebut, perusahaan yang operasionalnya terkait Minyak dan Gas Bumi baik pengelola eksplorasi maupun distribusi, wajib melaksanakan kegiatan pengembangan masyarakat dan menjamin hak-hak masyarakat adat yang berada di sekitar perusahaan.

5. *Guidance ISO 26000*

Berbeda dari bentuk ISO yang lain, seperti ISO 9001: 2000 dan 14001: 2004. ISO 26000 hanya sekedar standar dan panduan, tidak menggunakan mekanisme sertifikasi. Terminologi *Should* didalam batang tubuh standar berarti *shall* dan tidak menggunakan kata *must* maupun *have*

to. Sehingga Fungsi ISO 26000 hanya sebagai *guidance*. Selain itu dengan menggunakan istilah *Guidance Standard on Social Responsibility*, menunjukkan bahwa ISO 26000 tidak hanya diperuntukkan bagi *Corporate* (perusahaan) melainkan juga untuk semua sektor publik dan privat.

Tanggung jawab sosial dapat dilakukan oleh institusi pemerintah, *Non governmental Organisation* (NGO) dan tentunya sektor bisnis, hal itu dikarenakan setiap organisasi dapat memberikan akibat bagi lingkungan sosial maupun alam. Sehingga adanya ISO 26000 ini membantu organisasi dalam pelaksanaan *Social Responsibility*, dengan cara memberikan pedoman praktis, serta memperluas pemahaman publik terhadap *Social Responsibility*.

Tahapan Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR)

Mengacu pada tahapan pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan dalam pengembangan masyarakat, menurut Mukti (2008), terdapat 6 (enam) tahapan, yaitu: *assessment, plan of treatment, treatment action, monitoring and evaluation, termination* dan *after care*. Dari keenam tahapan tersebut, Rahmatullah (2011:22) hanya mendeskripsikan tiga tahapan awal. Ketiga tahapan tersebut sebagai berikut:

1. Assessment.

Proses mengidentifikasi masalah (kebutuhan yang dirasakan atau *felt needs*) ataupun kebutuhan yang diekspresikan (*ekspresed needs*) dan juga sumber daya yang dimiliki komunitas sasaran. Dalam proses ini masyarakat dilibatkan agar mereka dapat merasakan bahwa permasalahan yang sedang dibicarakan benar-benar keluar dari pandangan mereka sendiri.

2. Plant of Treatment.

Merupakan rencana tindakan yang dirumuskan seharusnya, berkenaan dengan upaya pemenuhan kebutuhan-kebutuhan dan penanganan-penanganan masalah yang dirasakan masyarakat. Wacana

mengenai program program berbasis masyarakat mendorong berkembangnya metodologi perencanaan dari bawah.

3. *Treatment action.*

Tahap pelaksanaan merupakan tahap paling krusial dalam pelaksanaan CSR. Sesuatu yang sudah direncanakan dengan baik dapat menyimpang dalam pelaksanaannya dilapangan jika tidak terdapat kerjasama antara masyarakat, fasilitator dan antar warga.

Corporate Social Responsibility Disclosure

Secara konseptual, pengungkapan (*Disclosure*) merupakan bagian integral dari pelaporan keuangan. Secara teknis, pengungkapan merupakan langkah akhir dalam proses akuntansi yaitu penyajian informasi dalam bentuk seperangkat penuh *statement* keuangan. Laporan keuangan perusahaan ditujukan kepada pemegang saham, investor, dan kreditor. Lebih jelasnya FSAB (1980 dalam SFAC No.1) menyatakan :

“Pelaporan keuangan harus memberikan informasi yang berguna bagi investor potensial dan kreditor dan pengguna lainnya dalam rangka pengambilan keputusan investasi rasional, kredit, dan keputusan jenis lainnya.”

(Evans dalam Arif, 2008:11) mengidentifikasi tiga tingkat pengungkapan yaitu :

1. memadai (*adequate disclosure*),
2. wajar atau etis (*fair orethical disclosure*),
3. penuh (*full disclosure*).

Tingkat ini mempunyai implikasi terhadap apa yang harus diungkapkan. Tingkat memadai adalah tingkat minimum yang harus dipenuhi agar *statement* keuangan secara keseluruhan tidak menyesatkan untuk kepentingan pengambilan keputusan yang terarah. Tingkat wajar adalah tingkat yang harus dicapai agar semua pihak mendapat perlakuan atau pelayanan informasional yang sama. Artinya, tidak ada satu pihakpun yang kurang mendapat informasi, sehingga mereka menjadi pihak yang kurang diuntungkan posisinya.

Dengan kata lain, tidak ada preferensi dalam pengungkapan informasi. Tingkat penuh menuntut penyajian secara penuh semua informasi yang berpaut

dengan pengambilan keputusan. Pengungkapan juga sering dimaknai sebagai penyediaan informasi lebih dari apa yang dapat disampaikan dalam bentuk statemen keuangan formal. Hal ini sejalan dengan gagasan FASB dalam kerangka konseptualnya.

2.3.HUBUNGAN ANTAR VARIABEL

1. Proporsi Dewan Komisaris dan Corporate Social Responsibility Disclosure

(Anggraini, 2006:93) menyatakan bahwa tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*) memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya. Mekanisme *corporate governance* seperti komposisi dewan komisaris independen adalah mekanisme yang dapat memberikan arahan dan kontrol terhadap perusahaan dalam pelaksanaan dan pengungkapan CSR.

Dewan komisaris sebagai puncak dari sistem pengelolaan internal perusahaan, memiliki peranan terhadap aktivitas pengawasan. Komposisi dewan komisaris akan menentukan kebijakan perusahaan termasuk praktek dan pengungkapan CSR. (Coller dan Gregory dalam Sembiring, 2006:22) menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif.

Keberadaan dewan komisaris independen akan semakin menambah efektifitas pengawasan. Oleh karena itu, di Indonesia terdapat ketentuan yang mengatur tentang keberadaan dewan komisaris independen. Keberadaan dewan komisaris independen di Indonesia diatur dengan Ketentuan Bapepam dan Peraturan Bursa Efek Indonesia No. 1-A tanggal 14 Juli tahun 2004. Berdasarkan aturan tersebut, jumlah dewan komisaris independen minimal adalah 30%. Ketentuan ini memberikan pengaruh terhadap pengendalian dan pengawasan terhadap manajemen dalam operasi perusahaannya, diantaranya adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Aplikasi pengendalian dan pengawasan terhadap manajemen oleh komisaris independen adalah ketika manajemen tidak melakukan aktivitas-aktivitas yang sesuai dengan capaian yang telah ditentukan dan aktivitas lainnya yang dapat memberikan dampak positif terhadap keberlangsungan perusahaan di masa yang akan datang. Aktivitas yang dimaksud adalah pelaksanaan dan pengungkapan aktivitas CSR. Dengan demikian, tujuan perusahaan untuk mendapatkan legitimasi dari *stakeholders* dengan mengungkapkan tanggung jawab sosial akan dapat diperoleh karena keberadaan dewan komisaris independen akan memberikan pengendalian dan pengawasan.

Sehingga hipotesis penelitian berikutnya yang dikemukakan adalah sebagai berikut; H1 : komposisi dewan komisaris independen berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2. Profitabilitas dan Corporate Social Responsibility Disclosure.

Profitabilitas memberikan keyakinan kepada perusahaan untuk melakukan pengungkapan sukarela tersebut. Tingkat profitabilitas yang semakin tinggi akan semakin memotivasi perusahaan untuk mengungkapkan CSR untuk mendapatkan legitimasi dan nilai positif dari *stakeholders*. Sehingga, (Heinze dalam Nurkhin, 2010:75) mengungkapkan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham.

Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan memberikan keluwesan kepada manajemen untuk melaksanakan dan mengungkapkan CSR. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas rendah akan sangat mempertimbangkan pelaksanaan dan pengungkapan CSR, karena khawatir akan mengganggu operasional perusahaan. (Hossain dalam Nurkhin, 2010:75) menyatakan bahwa hubungan profitabilitas dan pengungkapan CSR merupakan isu kontroversial untuk dipecahkan. Argumentasinya adalah bahwa akan terdapat biaya tambahan dalam rangka pengungkapan CSR. Dengan demikian, profitabilitas akan menjadi turun. (Bowman & Haire dalam Nurkhin, 2010:75) menyatakan semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial. (Belkaoui dalam Anggarini, 2006:97) hubungan profitabilitas dengan

pengungkapan CSR paling baik diekspresikan dengan pandangan bahwa tanggapan sosial yang diminta dari manajemen sama dengan kemampuan yang diminta untuk membuat suatu perusahaan memperoleh laba.

Sehingga hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut; H2 : Tingkat profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

GAMBAR 2.1

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS

