

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Stakeholder

Rizki *et al* (2019) mendefinisikan *stakeholder* sebagai seluruh pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi baik bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan. Pemerintah, perusahaan pesaing, masyarakat sekitar, lembaga di luar perusahaan (LSM dan sejenisnya), lembaga pemerhati lingkungan, para karyawan, dan lain sebagainya yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh perusahaan merupakan pihak-pihak dari *stakeholder* (Dewi dan Khafi, 2018). “Teori *stakeholder* menjelaskan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada para pemilik (*shareholder*), namun lebih luas sampai pada sosial kemasyarakatan (*stakeholder*). Sehingga tanggung jawab perusahaan tidak hanya diukur pada indikator ekonomi (*economic focused*) dalam laporan keuangan, tapi juga memperhitungkan faktor-faktor sosial (*social dimentions*) terhadap *stakeholder* internal dan eksternal” (Rizki *et al*, 2019).

Menurut Deegan (2004) dalam Ramadhan (2019) menyatakan bahwa “*stakeholder theory* adalah teori yang menyatakan bahwa semua *stakeholder* mempunyai hak memperoleh informasi mengenai aktivitas perusahaan yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan mereka. Para *stakeholder* juga dapat memilih untuk menggunakan atau tidak menggunakan informasi tersebut dan *stakeholder* tidak dapat memainkan peran secara langsung dalam suatu perusahaan”. Ramadhan (2019) menyimpulkan bahwa teori *stakeholder*

menegaskan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder* (pemegang saham, kreditur, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain).

“Teori *stakeholder* memberikan isyarat bahwa perusahaan harus memberi perhatian kepada *stakeholder*, karena *stakeholder* dapat memberikan pengaruh dan dipengaruhi oleh perusahaan berkaitan dengan aktivitas dan kebijakan yang dilaksanakan yang dalam hal ini adalah pengungkapan *CSR* penting karena para *stakeholder* perlu mengetahui dan mengevaluasi sejauh mana perusahaan melaksanakan peranannya sesuai dengan keinginan *stakeholder*, sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan *CSR* yang telah dilakukannya” (Riswari & Cahyonowati, 2012) dalam Dewi dan Sari (2019).

Menurut Hamdani *et al* (2017) menyatakan bahwa dari sisi *stakeholders*, kegiatan *CSR* dapat memperbaiki dan mempererat hubungan perusahaan dengan para *stakeholders*. ”Pengungkapan *CSR* sangat penting bagi *stakeholder* karena para *stakeholder* perlu mengetahui dan mengevaluasi sejauh mana perusahaan melaksanakan perannya sesuai dengan keinginan *stakeholder*, sehingga menuntut akuntabilitas perusahaan atas kegiatan yang telah dilakukan perusahaan” (Riswari dan Cahyonowati, 2012 dalam Tista dan Putri, 2020). “Salah satu wujud akuntabilitas perusahaan terhadap *stakeholder* adalah melakukan pengungkapan kegiatan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan (Tista dan Putri, 2020).

2.2 Corporate Social Responsibility

“*Corporate Social Responsibility* merupakan pedoman *business* entitas buat mewujudkan tanggung jawab perusahaan kepada pihak yang memiliki kepentingan dan masyarakat, terutama masyarakat di seputar perusahaan. *CSR* sendiri timbul karena perusahaan sadar akan dampak dari operasional bisnis perusahaan kepada publik, seperti imbas sosial, ekonomi dan lingkungan” (Ritonga, 2022). “Tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* yang disingkat dengan *CSR*, muncul akibat adanya modernisasi masyarakat yang sudah memahami bahwa aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan dapat membawa dampak negatif pada lingkungannya” (Dewi dan Sari, 2019). “Salah satu tujuan pengungkapan *CSR* adalah untuk mencerminkan akuntabilitas, tanggung jawab dan transparansi perusahaan kepada investor dan *stakeholder* lainnya guna menjalin komunikasi yang baik dan efektif antara perusahaan dengan pihak publik” (Rice, 2017). Selain itu “*Corporate Social Responsibility (CSR)* bertujuan untuk menciptakan standar kehidupan yang lebih tinggi, dengan mempertahankan kesinambungan laba usaha untuk pihak pemangku kepentingan sebagaimana yang diungkapkan dalam laporan keuangan entitas dan keseimbangan alam melalui pengungkapan sukarelanya” (Ramadhan, 2019). “Manfaat dari kegiatan *CSR* dilihat sisi perusahaan yaitu sebagai pelindung dan membantu perusahaan dalam meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan oleh aktivitas perusahaan di sekitar lingkungan” (Hamdani *et al*, 2017).

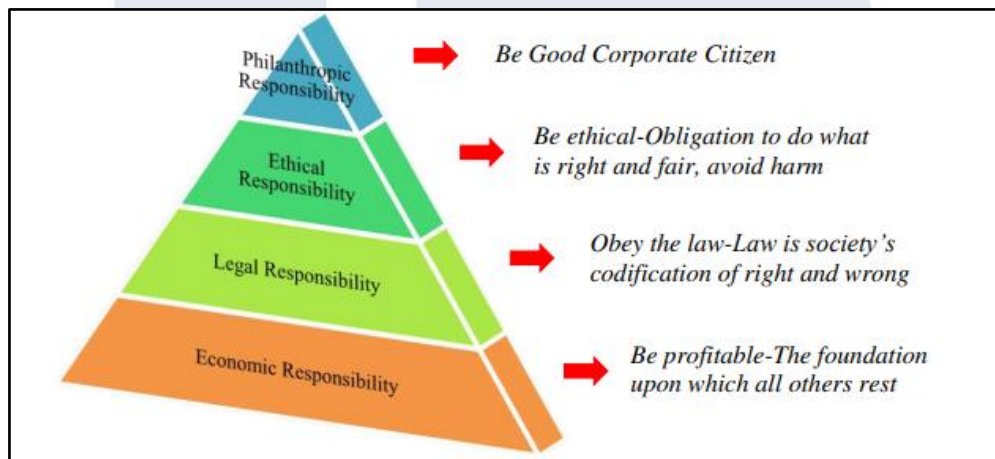
“*Corporate Social Responsibility (CSR)* mempunyai peran yang sangat besar bagi perusahaan, salah satunya digunakan untuk menarik dana investasi bagi

masyarakat, kegiatan tersebut tidak akan berjalan dengan baik tanpa adanya keterbukaan informasi sebagai pertimbangan investor dalam pengambilan keputusan investasi, informasi bagi investor diperlukan untuk mengurangi tingkat ketidakpastian yang mereka hadapi” (Romadhona dan Wibowo, 2020). “Sebelum melakukan suatu investasi mereka akan menganalisis berbagai macam kejadian dari keadaan masa kini maupun keadaan masa lalu yang diharapkan dapat digunakan untuk memprediksi kejadian dimasa yang akan datang” (Romadhona dan Wibowo, 2020).

“Setiap entitas dalam menjalankan kegiatan usahanya tentu tidak terlepas dari pengaruh masyarakat dan lingkungan sekitarnya, sehingga menciptakan hubungan timbal balik antara masyarakat dan perusahaan” (Wartyna dan Apriwenni, 2018). Elkington dalam Rice (2017) menjabarkan 3 konsep dari CSR yang merupakan implikasi dari 3 fungsi perusahaan, antara lain:

1. “Fungsi ekonomi, yang merupakan fungsi tradisional perusahaan. Untuk memperoleh keuntungan (*profit*) bagi perusahaan (yang sebenarnya merupakan keuntungan pemilik perusahaan).
2. “Fungsi sosial, merupakan fungsi yang dijalankan dengan memberdayakan sumber daya manusia dan ikut serta dalam menjaga keadilan dalam membagi manfaat dan menanggung beban yang ditimbulkan dari aktivitas perusahaan.
3. “Fungsi alamiah, merupakan fungsi yang menyatakan bahwa perusahaan berperan dalam menjaga kelestarian alam (*planet/bumi*). Perusahaan merupakan elemen dalam sistem kehidupan di bumi.”

“Tanggung jawab sosial perusahaan meliputi ekonomi, hukum, etika dan harapan dari masyarakat pada waktu tertentu dan menjabarkan beberapa jenis tanggung jawab sosial sebuah perusahaan yang dituangkan ke dalam sebuah piramida bernama piramida tanggung jawab sosial perusahaan” (Archie B. Carroll, 1979 dalam Rice, 2017).



Gambar 2. 1 Piramida CSR

Sumber: Archie B. Carroll (1991) dalam Rice (2017)

Menurut Carroll (1991) dalam Rice (2017) penjelasan dari piramida tersebut adalah:

1. “Tanggung jawab ekonomi (*economic responsibility*) merupakan tanggung jawab yang paling mendasar bagi sebuah organisasi bisnis yang menunjukkan bahwa perusahaan diharapkan dapat menghasilkan barang dan jasa dan memperoleh keuntungan sebagai insentif atas efisiensi dan efektifitasnya.
2. Tanggung jawab hukum (*legal responsibility*) merupakan harapan di mana perusahaan dapat menjalankan bisnisnya sesuai dengan aturan main yang berlaku (taat hukum-masyarakat yang benar dan salah).

3. Tanggung jawab etika (*ethical responsibility*) di mana perusahaan bertanggung jawab untuk berkewajiban etis untuk melakukan apa yang benar dan adil, sekaligus menghindari biaya.
4. Tanggung jawab filantropis (*philanthropic responsibility*) di mana perusahaan mengupayakan agar menjadi perusahaan yang baik.”

“Dalam mempertahankan keberlangsungan hidup suatu perusahaan, maka harus berpatokan pada *triple bottom lines*, yaitu selain untuk memperoleh keuntungan (*profit*), suatu instansi harus bisa terlibat dalam pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan serta juga harus ikut berkontribusi aktif dalam penjagaan kebersihan lingkungan (*planet*)” (Rivandi, 2021).

Tabel 2. 1 *The Triple Bottom Line of CSR*

	People	Profit	Planet
Definisi	Sebuah bisnis harus bertanggung jawab untuk memajukan dan mensejahterakan sosial serta seluruh <i>stakeholder</i> nya.	Perusahaan tidak boleh hanya memiliki keuntungan bagi organisasinya saja tetapi harus dapat memberikan kemajuan ekonomi bagi para <i>stakeholder</i> nya.	Perusahaan harus dapat menggunakan sumber daya alam dengan sangat bertanggung jawab menjaga keadaan lingkungan serta memperkecil jumlah limbah produksi.
Jenis Kegiatan	Kegiatan kedermwanaan yang dilakukan secara tulus untuk membangun masyarakat dan sumber daya manusia.	Tindakan perusahaan untuk terjun langsung di dalam masyarakat untuk memperkuat ketahanan ekonomi.	Penerapan proses produksi yang bersih, aman dan bertanggung jawab.
Contoh	1. Beasiswa Pendidikan 2. Pelayanan Kesehatan	Pembinaan UKM Bantuan Modal dan Kredit Pemberdayaan Lokal.	Pengelolaan Limbah, Penanaman Pohon Kampanye, Lingkungan Hidup.

Sumber: Hasibuan (2006) dalam Rizki *et al* (2019)

“Ketiga komponen ini yang kerap dijadikan dasar perencanaan, implementasi dan evaluasi (pelaporan) program-program *CSR* yang kemudian dikenal sebagai *Triple bottom line*. *Triple bottom line* merupakan sinergi dari tiga elemen yang merupakan komponen dasar dari pelaksanaan dan pengungkapan *CSR*” (Rizki *et al*, 2019).

“Perusahaan yang melakukan aktivitas *CSR* secara berkala, tentunya akan membuat kesan positif bagi perusahaan dalam jangka panjang. Perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk perusahaan sehingga reputasi perusahaan juga meningkat di mata masyarakat, jadi masyarakat akan berkeinginan membeli produk perusahaan” (Widyaningsih, 2018). “Semakin meningkat tanggung jawab perusahaan (*CSR*) terhadap lingkungan maka semakin meningkatkan nilai perusahaan di mata masyarakat, dan hal ini akan menarik investor untuk menanamkan modalnya ke perusahaan, sehingga tercipta keberlanjutan perusahaan” (Widyaningsih, 2018). “*CSR* mengungkapkan kegiatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan secara transparansi di mana informasi yang diungkapkan tidak hanya informasi keuangan perusahaan saja tetapi informasi mengenai dampak sosial dan lingkungan hidup yang diakibatkan aktivitas perusahaan juga diharapkan dapat diungkapkan” (Kustina dan Hasanah, 2020).

2.3 Pengungkapan Corporate Social Responsibility

“Perusahaan bersaing secara ketat bukan untuk mencari keuntungan keuangan (*financial*) tetapi untuk perusahaan itu sendiri dan perusahaan harus memperhatikan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan sekitar (*non financial*) sehingga mampu untuk mempengaruhi persepsi investor untuk cenderung mengalokasikan dana atau

berinvestasi kepada perusahaan yang melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*". Sukasih dan Sugiyanto (2017) menerangkan bahwa kata pengungkapan secara umum memiliki arti tidak menutupi atau tidak menyembunyikan. "Tujuan pengungkapan adalah menyajikan informasi yang dipandang perlu untuk mencapai tujuan pelaporan keuangan dan melayani kebutuhan berbagai pihak yang mempunyai kepentingan berbeda-beda" (Suwardjono, 2005 dalam Sukasih dan Sugiyanto, 2017). Rizki *et al* (2019) mendefinisikan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* adalah pengungkapan informasi mengenai tanggung jawab perusahaan di dalam laporan tahunan. "Salah satu tujuan pengungkapan CSR adalah mencerminkan akuntabilitas, responsibilitas, dan transparansi perusahaan kepada investor dan *stakeholder* lainnya guna menjalin komunikasi yang baik dan efektif antara perusahaan dengan pihak publik (Rice, 2017).

Menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 106, Pasal 74, tanggung jawab sosial dan lingkungan "*wajib dilakukan baik bagi perseroan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam seperti pertambangan, maupun bagi perseroan yang kegiatan usahanya tidak berkaitan dengan sumber daya alam seperti makanan, pakaian*". Dalam Pasal 74 ayat 1 dinyatakan bahwa "*semua perseroan dalam laporan tahunan perusahaan wajib untuk melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan*". "*Untuk melaksanakan kewajiban Perseroan tersebut, kegiatan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan harus dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang*

dilaksanakan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran (pasal 74 ayat 2). Pelaporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan harus dimuat di dalam laporan tahunan perusahaan (pasal 66 ayat 2C). Jika perseroan tidak melaksanakan kewajiban tersebut maka akan dikenakan sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Selain diatur dalam Peraturan Perundang-undangan, kebijakan terkait pengungkapan CSR juga disebutkan di dalam Pernyataan Standar Keuangan (PSAK) No. 1 (Revisi 2004) paragraf ke 9 dalam Rice (2017) di mana disebutkan bahwa “*Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (value added statement), khususnya bagi industri di mana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting*”. Laporan tambahan tersebut dapat berupa laporan berkelanjutan atau disebut *sustainability report* (Rice, 2017). Husna *et al* (2017) menyatakan bahwa “*sustainability report* merupakan pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial yang mana pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*)”. “Pengungkapan dalam laporan keuangan dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) yaitu, pengungkapan informasi yang wajib dilakukan oleh perusahaan yang didasarkan pada peraturan atau dasar tertentu, dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) yaitu, pengungkapan informasi yang melebihi persyaratan minimum dari peraturan yang berlaku” (Husna *et al*, 2017).

“Pengungkapan *CSR* perlu dilakukan sebagai wujud timbal balik kepada masyarakat, yang mana perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya tidak lepas dari lingkungan dan dukungan dari masyarakat” (Wardhani dan Muid, 2017). “Semakin banyak peran perusahaan dalam kegiatan lingkungannya, maka akan semakin banyak pula yang harus diungkapkan oleh perusahaan mengenai kinerja lingkungan yang dilakukannya dalam laporan tahunannya” (Sukasih dan Sugiyanto, 2017). “Semakin baik pengungkapan *CSR* yang dilakukan oleh perusahaan maka *stakeholders* akan semakin memberikan dukungan penuh kepada perusahaan atas segala aktivitasnya yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja dan mencapai laba yang diharapkan perusahaan” (Lindawati & Puspita, 2015 dalam Tista dan Putri, 2020).

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan indeks *Global Reporting Index (GRI) Standards 2018* dengan kategori ekonomi, lingkungan dan sosial pada pengungkapan khusus. Menurut Pramesti dan Budiasih (2020), *CSR* diukur dengan menggunakan rumus *CSRI (Corporate Social Responsibility Disclosure Index)* mengacu pada komponen ekonomi, lingkungan dan sosial (*GRI G4*) sebagai berikut:

$$CSRI = \frac{\sum X_i}{N_j} \quad (2.1)$$

Keterangan:

CSRI : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index*

Xi : Jumlah total pengungkapan CSR. 1 = jika item diungkapkan; 0 = jika item tidak diungkapkan.

Nj : Jumlah item untuk perusahaan j (mengacu pada *GRI Standards* yaitu *GRI 200*, *GRI 300* dan *GRI 400*)

2.4 Global Reporting Initiatives (GRI)

Dilansir dari website *Global Reporting Initiatives* (www.globalreporting.org), *GRI* (*Global Reporting Initiatives*) adalah organisasi internasional independen yang membantu bisnis dan organisasi lain bertanggung jawab atas dampak mereka, dengan menyediakan bahasa umum global untuk mengkomunikasikan dampak tersebut.

Global Reporting Initiative (GRI), diselenggarakan pada tahun 1997, didirikan untuk memperbaiki praktek pelaporan keberlanjutan, sementara mencapai komparabilitas, kredibilitas, ketepatan waktu, dan pemastian dari informasi yang dilaporkan. Standar *GRI* dari masa ke masa mengalami perubahan, Versi pertama dari apa yang kemudian diterbitkan Pedoman *GRI* (G1) pada tahun 2000 - menyediakan kerangka kerja global pertama untuk pelaporan keberlanjutan. Tahun berikutnya, *GRI* didirikan sebagai lembaga nirlaba independen. Pada tahun 2002, *GRI* pindah ke Amsterdam, Belanda, dan pembaruan pertama untuk pedoman (G2) diluncurkan. Dikarenakan permintaan untuk pelaporan *GRI* dan penyerapan dari organisasi terus tumbuh, pedoman tersebut diperluas dan ditingkatkan, yang mengarah ke G3 (2006) dan G4 (2013). *Standard GRI* membantu organisasi memahami dampak luarnya terhadap ekonomi, lingkungan, dan masyarakat,

termasuk dampak terhadap hak asasi manusia. Hal ini meningkatkan akuntabilitas dan transparansi atas kontribusi mereka terhadap pembangunan berkelanjutan. Dikutip dari *www.majalahcsr.co.id*, pada tanggal 8 Juni 2017, *GRI* mengeluarkan *standard* terbaru setelah *Standard GRI G4*. Di dalam *GRI Standards* terdapat berbagai modul yaitu diantaranya tiga modul standar universal: *GRI 101 Foundation*, *GRI 102 General Disclosure*, *GRI 103 Management Approach* dan 33 modul topik spesifik yang terangkum dalam 3 pengkodean modul utama: *GRI 200 Economy*, *GRI 300 Environment* dan *GRI 400 Social*. Adapun format penulisan yang digunakan menggunakan kata “*disclosure*” atau “pengungkapan” dan setiap pembahasan *disclosure* menjelaskan antara:

1. *Requirements* / harus dilaporkan
2. *Recommendations* / tidak wajib, tapi sebaiknya dilaporkan
3. *Guidance* / referensi lain yang dapat digunakan untuk menyusun laporan

Berikut merupakan rincian jumlah item *GRI Standards* yang berlaku pada 1 Juli 2018:

Tabel 2. 2 *GRI Standards* 2018

GRI	Kategori	Sub Kategori
100	Pengungkapan Umum	Profil organisasi (13 item), Strategi (2 item), Etika dan integritas (2 item), Tata Kelola (22 item), <i>Stakeholder engagement</i> (5 item), Praktik pelaporan (12 item)
200	Ekonomi	Kinerja Ekonomi (4 item), Keberadaan Pasar (2 item), Dampak ekonomi tidak langsung (2 item), Praktik Pengadaan (1 item), Anti Korupsi (3 item), Perilaku Anti Persaingan (1 item), Pajak (4 item)
300	Lingkungan	Material (3 item), Energi (5 item), Air dan efluen (5 item), Keanekaragaman Hayati (4 item), Emisi (7 item),

		Limbah (5 item) Kepatuhan lingkungan (1 item), Penilaian Pemasok (2 item)
400	Sosial	Kepegawaian (3 item), Hubungan tenaga kerja/manajemen (1 item), Keselamatan dan Kesehatan kerja (10 item), Pelatihan dan Pendidikan (3 item), Keanekaragaman dan kesempatan setara (2 item), Non diskriminasi (1 item), Kebebasan berserikat dan perundingan kolektif (1 item), Pekerja anak (1 item), Kerja paksa atau wajib kerja (1 item), Praktik keamanan (1 item), Hak-hak masyarakat adat (1 item), Penilaian HAM (3 item), Masyarakat lokal (2 item), Penilaian sosial pemasok (2 item), Kebijakan publik (1 item), Kesehatan dan keselamatan pelanggan (2 item), Pemasaran dan pelabelan (3 item), Privasi pelanggan (1 item), Kepatuhan sosial ekonomi (1 item).

Sumber: www.globalreporting.org

2.5 Ukuran Perusahaan

“Ukuran Perusahaan merupakan bentuk pengklasifikasian besar kecilnya skala perusahaan” (Kustina dan Hasanah, 2020). Mengacu pada peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 53/POJK.04/2017 dikatakan bahwa perusahaan berskala kecil apabila memiliki jumlah total aset tidak lebih dari Rp 50.000.000.000 (lima puluh miliar rupiah). Perusahaan dikatakan memiliki skala menengah jika memiliki total aset lebih dari Rp 50.000.000.000 (lima puluh miliar rupiah) sampai dengan Rp 250.000.000.000 (dua ratus lima puluh miliar rupiah) dan perusahaan dikatakan memiliki skala besar jika memiliki total aset lebih dari Rp 250.000.000.000 (dua ratus lima puluh miliar rupiah).

“Semakin besar ukuran perusahaan, semakin banyak informasi yang terkandung di dalam perusahaan, dan makin besar pula tekanan untuk mengolah

informasi tersebut, sehingga pihak manajemen perusahaan akan memiliki kesadaran yang lebih tinggi mengenai pentingnya informasi, dalam mempertahankan eksistensi perusahaan” (Sofwan, 2019).

“*Total* aset dinilai lebih valid dan tidak dipengaruhi pasar dibanding proksi lain” (Kustina dan Hasanah, 2020). Rumus yang digunakan merujuk pada penelitian Irianti *et al* (2020), sebagai berikut:

$$SIZE = \log \text{ natural } (Total \text{ Aset}) \quad (2.2)$$

Keterangan:

SIZE : ukuran perusahaan

Total aset : total aset lancar dan aset tidak lancar

“Aset merupakan sumber daya yang dimiliki bisnis” (Weygandt *et al*, 2019). “Karakteristik umum yang dimiliki oleh semua aset adalah kemampuan untuk memberikan layanan atau manfaat di masa depan” (Weygandt *et al*, 2019).

Menurut Weygandt *et al* (2019) aset terbagi menjadi dua yaitu:

1. *Current Assets*

Current assets adalah uang tunai dan aset lain yang diharapkan perusahaan untuk di konversi menjadi uang tunai, dijual atau dikonsumsi dalam satu tahun atau siklus operasi. Jenis aset lancar yang umum adalah (1) uang tunai, (2) investasi, (3) piutang (wesel tagih, piutang, dan bunga piutang), (4) persediaan, dan (5) biaya dibayar dimuka (persediaan dan asuransi).

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia dalam PSAK no.1 tentang Penyajian Laporan Keuangan, entitas mengklasifikasikan aset sebagai aset lancar apabila

- a. Entitas memperkirakan akan merealisasi aset atau memiliki intensi untuk menjual atau menggunakannya, dalam siklus operasi normal
- b. Entitas memiliki aset untuk tujuan diperdagangkan
- c. Entitas memperkirakan akan merealisasi aset dalam jangka waktu dua belas bulan setelah periode pelaporan
- d. Aset merupakan kas atau setara kas kecuali aset tersebut dibatasi pertukaran atau penggunaannya untuk menyelesaikan liabilitas sekurang-kurangnya dua belas bulan setelah periode pelaporan.

2. *Non Current Assets*

a. *Long-Term Investments*

Investasi jangka panjang umumnya adalah investasi pada saham dan obligasi perusahaan lain yang biasanya dimiliki selama bertahun-tahun. Selain itu aset jangka panjang seperti tanah atau bangunan yang perusahaan saat ini tidak gunakan dalam aktivitas operasinya, dan wesel tagih jangka panjang.

b. *Property, Plant and Equipment*

Properti, pabrik, dan peralatan adalah aset dengan umur manfaat yang panjang yang digunakan dalam menjalankan bisnis. Kategori

ini meliputi tanah, bangunan, mesin serta peralatan, *delivery equipment*, dan *furniture*.

c. *Intangible Assets*

Banyak perusahaan yang mempunyai aset berumur panjang yang tidak memiliki bentuk fisik tetapi sangat berharga. Aset itu disebut *intangible asset*. Salah satu *intangible asset* yang signifikan adalah *goodwill*. Selain itu terdapat paten, hak cipta, dan *trademarks* atau *trade names* yang memberikan perusahaan *exclusive right* untuk digunakan dalam periode waktu tertentu.

d. *Other Assets*

Other Assets terdiri dari biaya dibayar dimuka jangka panjang (*long-term prepaid expenses*) dan piutang tidak lancar (*non-current receivables*)

“Semakin besar total aset maka semakin besar pula ukuran suatu perusahaan di mana ukuran perusahaan turut menentukan kepercayaan investor, semakin besar suatu perusahaan maka akan semakin dikenal di masyarakat yang berarti semakin mudah mendapatkan informasi mengenai perusahaan” (Jogiyanto, 2009:365 dalam Asiah dan Muniruddin (2018).

2.6 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR

“Keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholders* kepada perusahaan” (Nisak dan Jaeni, 2018). Disisi lain, perusahaan besar juga memiliki lebih banyak *stakeholders* yang memperhatikan

program sosial yang dilakukan perusahaan. “Terkait dengan teori *stakeholders* maka, perusahaan dengan ukuran yang lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi *CSR* kepada para *stakeholders* sebagai alat komunikasi untuk menjaga hubungan baik dan memenuhi harapan *stakeholders*” (Wardhani dan Muid, 2017). “Perusahaan dengan skala besar biasanya akan lebih mudah dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial dikarenakan perusahaan besar memiliki jumlah *assets* yang lebih besar dibanding dengan perusahaan yang masih berskala kecil” (Sembiring, 2006 dalam Kustina dan Hasanah 2020). “Di samping itu, perusahaan berskala kecil lebih terfokus untuk meningkatkan jumlah aset perusahaan dan meningkatkan hasil penjualan dibandingkan melakukan pengungkapan *CSR*” (Kustina dan Hasanah, 2020). “Perusahaan yang lebih besar melakukan aktivitas yang lebih banyak sehingga memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat, memiliki pemegang saham yang punya perhatian terhadap program *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan laporan tahunan sebagai efisien untuk mengkomunikasikan informasi sehingga semakin luas pula jangkauannya pertanggung jawaban sosial perusahaan” (Romadhona dan Wibowo, 2020).

Hasil penelitian yang dilakukan Pratiwi dan Ismawati (2019), Asiah dan Muniruddin (2018), Sitorus *et al* (2019), Irianti *et al* (2020), Yurika dan Viriany (2019) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *CSR*. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis atas penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

Ha₁: Ukuran perusahaan yang diprosikan dengan *log natural* total aset berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

2.7 Kepemilikan Institusional

“Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham perusahaan oleh pemerintah, institusi keuangan, perseroan terbatas, perusahaan sekuritas, dan institusi lain” (Khomeny, 2020). “Sebagian besar pihak institusi adalah investor yang memiliki saham yang lebih besar dari pemegang saham lain atau yang biasa disebut pemegang saham mayoritas (Rahayu (2016) dalam Vissha dan Efendi, 2017) “Kepemilikan oleh investor institusional akan mendorong peningkatan pengawasan yang lebih optimal terhadap kinerja manajemen, karena kepemilikan saham mewakili suatu sumber kekuasaan yang dapat digunakan untuk mendukung atau sebaliknya terhadap kinerja manajemen” (Sukasih dan Sugiyanto, 2017).

“Jumlah kepemilikan institusional yang semakin besar akan menyebabkan pengawasan kegiatan *monitoring* menjadi lebih ketat, karena banyak pihak yang mengawasi kinerja manajemen perusahaan (Agashi dalam Vissha dan Efendi, 2019), sehingga secara otomatis pihak manajemen akan menghindari tindakan dan keputusan yang akan membuat kerugian pada pihak pemegang saham” (Vissha dan Efendi, 2019). “Berdasarkan teori legitimasi kepemilikan institusional termasuk pemilik dana terbesar, sehingga perlu adanya pengawasan terhadap kinerja perusahaan” (Romadhona dan Wibowo, 2020). “Institusi secara profesional akan memantau perkembangan investasinya agar dapat menghasilkan keuntungan yang ingin dicapai. Monitoring yang dilakukan oleh institusi inilah yang akan

menekan manajemen agar tidak bertindak menyimpang” (Sukasih dan Sugiyanto, 2017). “Tingkat pengawasan yang besar diharapkan dilakukan oleh pihak institusi sehingga dapat mengurangi perilaku *opportunistic* manajer” (Merawati dan Pramitha, 2020). “Semakin besar kepemilikan institusional maka semakin kuat kendali yang dilakukan pihak eksternal terhadap perusahaan” (Khomeeny, 2020).

Menurut Husna *et al* (2017), “kepemilikan institusional (*institutional ownership*) diukur dari jumlah kepemilikan saham yang dimiliki oleh institusi atau lembaga seperti perusahaan asuransi, dana pensiun, atau perusahaan lainnya”. Kepemilikan institusional pada penelitian Widyaningsih (2018) diprosikan dengan INST. Kepemilikan institusional diukur dengan membandingkan jumlah saham yang dimiliki institusi dengan jumlah saham yang beredar.

$$INST = \frac{\text{Jumlah saham yang dimiliki institusi}}{\text{Jumlah saham yang beredar}} \times 100\% \quad (2.3)$$

Keterangan:

INST : kepemilikan institusional

Jumlah saham yang dimiliki institusi : jumlah saham beredar yang dimiliki oleh institusi

Jumlah saham yang beredar : jumlah total saham yang dimiliki dan beredar

Menurut Weygandt *et al* (2018) ekuitas pemilik adalah klaim kepemilikan atas total aset. Ekuitas pemilik diidentifikasi sebagai ekuitas pemegang saham

(*stockholder's equity*). Menurut Kieso *et al*, (2020), terdapat 6 komponen ekuitas yaitu:

1. Modal Saham (*Share Capital*)

Modal saham adalah nilai nominal atau dinyatakan dari saham yang diterbitkan. Modal saham terbagi menjadi 2 yaitu saham biasa (*ordinary shares*) mewakili kepentingan perusahaan yang menanggung risiko akhir kerugian dan menerima manfaat dari kesuksesan perusahaan dan saham preferen (*preference shares*) yaitu kelas saham khusus yang memiliki preferensi atau fitur yang tidak dimiliki oleh saham biasa

2. Saham Premium (*Share Premium*)

Kelebihan jumlah yang dibayarkan di atas nilai nominal atau yang dinyatakan.

3. Laba Ditahan (*Retained Earnings*)

Laba perusahaan yang tidak dibagikan.

4. Akumulasi Penghasilan Komprehensif Lainnya (*Accumulated Other Comprehensive Income*). Jumlah agregat lainnya item pendapatan komprehensif.

5. Saham Tresuri (*Treasury Shares*).

Jumlah saham biasa yang dibeli kembali.

6. Kepentingan Non-Pengendali (*Non Controlling Interest*).

Bagian dari ekuitas anak perusahaan yang tidak dimiliki oleh perusahaan pelapor.

Menurut Kieso *et al*, (2020), untuk saham biasa (*ordinary shares*) perusahaan harus mengungkapkan:

1. Nilai nominal (*par value*)

2. Saham resmi (*authorized*)

Jumlah saham yang diotorisasi oleh suatu perusahaan untuk menjual seperti yang ditunjukkan dalam piagam

3. Saham diterbitkan (*issued*)

Saham yang diterbitkan oleh perusahaan

4. Jumlah saham yang beredar (*outstanding*)

Modal saham yang telah dikeluarkan dan ditahan oleh pemegang saham.

“Dalam menerbitkan saham, terdapat beberapa prosedur yang harus dilakukan perusahaan yaitu yang pertama, lembaga pemerintah yang terkait harus mengotorisasi saham, umumnya dalam sertifikat pendirian atau piagam. Selanjutnya, perusahaan menawarkan saham untuk dijual, menandatangani kontrak untuk menjual saham tersebut. Kemudian, setelah menerima jumlah untuk saham, perusahaan menerbitkan saham” (Kieso *et al*, 2020).

2.8 Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Pengungkapan CSR

Pengawasan pada kebijakan manajemen dapat lebih kuat dilakukan oleh pihak institusional dibandingkan pemegang saham lainnya, sehingga pihak institusional dapat menuntut manajemen untuk mengungkapkan kegiatan perusahaan” (Yani dan Suputra, 2020). “*Monitoring* yang dilakukan oleh institusional akan mendorong

pihak manajemen untuk bertindak sesuai aturan yang ada, salah satunya adalah melakukan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan dan pengungkapan kegiatan tersebut. Dapat diartikan bahwa, kepemilikan institusional yang jumlahnya semakin banyak, mampu meningkatkan kinerja manajemen dan dorongan untuk melakukan pengungkapan *CSR* akan semakin besar” (Visesha dan Efendi, 2019). “Hal yang diawasi oleh pihak pemegang saham institusional salah satunya adalah mengenai kegiatan *CSR* dan pengungkapannya, karena bagi pemegang saham pengungkapan *CSR* dapat digunakan sebagai indikator (baik atau buruk) kinerja manajemen (Purwaningsih, dalam Viesha dan Efendi, 2019). “Jadi apabila jumlah kepemilikan institusional semakin banyak, maka pengungkapan *CSR* akan semakin meningkat” (Visesha dan Efendi, 2019).

“Kepemilikan institusional juga dapat meningkatkan kualitas keputusan investasi dalam tanggung jawab sosial, dan dapat meningkatkan nilai perusahaan dalam jangka panjang” (Romadhona dan Wibowo, 2020). “Pengungkapan *CSR* merupakan sesuatu yang sangat diperhatikan oleh pemegang saham institusional, karena menurut mereka *CSR* dapat digunakan sebagai indikator perilaku manajerial” (Purwaningsih, dalam Viesha dan Efendi, 2019). “Alasan dibalik pemegang saham yang menganggapnya sebagai indikator perilaku karena apabila perusahaan yang melakukan pengungkapan *CSR*, hal tersebut membuktikan bahwa perusahaan tidak hanya beroperasi untuk memperoleh keuntungan saja, tetapi juga untuk memperdulikan dan bertanggung jawab atas keadaan lingkungan dan keadaan sosial di sekitarnya” (Visesha dan Efendi, 2019).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Vissha dan Efendi (2019), Suminar dan Purnama (2020), Rizki *et al* (2019), Andayani dan Yusra (2019) dan Fitriana (2019) menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan di atas berdasarkan penelitian terdahulu, maka rumusan hipotesis penelitian ini adalah:

Ha2: Kepemilikan institusional yang diproksikan dengan persentase perbandingan jumlah saham yang dimiliki institusional dengan jumlah saham beredar berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

2.9 Leverage

“*Leverage* merupakan suatu alat yang digunakan digunakan untuk menilai seberapa besar ketergantungan perusahaan terhadap dana yang diperoleh dari pihak eksternal dengan cara berutang” (Kurniawan *et al*, 2018). “Apabila perusahaan tidak mempunyai *leverage* atau rasio *leverage*-nya bernilai nol, artinya perusahaan beroperasi sepenuhnya dengan modal sendiri tanpa menggunakan hutang” (Sofwan, 2019). “Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi berarti sangat tergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya, sedangkan perusahaan dengan tingkat *leverage* rendah lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri.” (Putra *et al*, 2020). “Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* tinggi berarti sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya” (Ruroh dan Latifah, 2018). Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* lebih rendah lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri. “Jika dilihat dari teori *stakeholder*, tingkat *leverage* perusahaan yang tinggi mengakibatkan tingkat

resiko tak tertagihnya utang menjadi tinggi pula sehingga kreditor melakukan pengawasan yang ketat terhadap aktivitas perusahaan” (Dewi dan Sari, 2019).

“Rasio solvabilitas mengukur kemampuan perusahaan untuk bertahan dalam jangka waktu yang lama. Kreditor dan pemegang saham jangka panjang sangat tertarik pada kemampuan perusahaan untuk membayar bunga saat jatuh tempo dan membayar kembali nilai nominal utang pada saat jatuh tempo. Hutang terhadap aset dan waktu bunga yang diperoleh adalah dua rasio yang memberikan informasi tentang kemampuan membayar hutang” (Weygandt *et al*, 2019). Menurut Weygandt *et al* (2019) terdapat beberapa rasio yang dikategorikan untuk mengukur rasio solvabilitas seperti

1. *Debt to asset ratio* mengukur persentase total aset yang disediakan oleh kreditor dengan rumus total *liabilities* dibagi dengan total *assets*
2. *Times interest earned* mengukur kemampuan untuk memenuhi pembayaran bunga saat jatuh tempo yang diukur dengan menambahkan laba bersih, biaya bunga dan beban pajak penghasilan dibagi dengan biaya bunga

Penelitian ini menggunakan Debt to Asset ratio untuk mengukur nilai *leverage*.

Menurut Weygandt *et al* (2019) “*debt to assets ratio* dihitung dengan membagi total kewajiban (kewajiban lancar dan tidak lancar) dengan total aset”. *Debt to Asset Ratio* merupakan rasio utang yang digunakan untuk mengukur seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva (Sanjaya dan Sipahutar, 2019). “Semakin tinggi rasio *DAR*, semakin besar risiko perusahaan tidak dapat

memenuhi kewajiban yang jatuh tempo (Weygandt *et al*, 2019)”. Dalam penelitian ini, *DAR* diukur mengacu pada Weygandt *et al*, sebagai berikut:

$$\text{Debt to Assets} = \frac{\text{Total Liabilities}}{\text{Total Assets}} \quad (2.4)$$

Keterangan:

Debt to Assets : rasio perbandingan total utang perusahaan dengan total aset perusahaan

Total liabilities : total hutang perusahaan jangka panjang dan jangka pendek

Total assets : total aset perusahaan

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia dalam PSAK No. 16 (2021) Aset tetap merupakan aset berwujud yang dimiliki untuk digunakan dalam produksi atau penyediaan barang atau jasa untuk direntalkan kepada pihak lain, atau untuk tujuan administratif dan diharapkan untuk digunakan selama lebih dari satu periode. Sedangkan liabilitas adalah kewajiban kini entitas, timbul dari peristiwa masa lalu yang penyelesaiannya dapat mengakibatkan arus keluar sumber daya entitas yang mengandung manfaat ekonomik. Utang dan aset merupakan komposisi dalam rumus *DAR*. Weygandt *et al* (2018) mengklasifikasikan utang menjadi 2 jenis yaitu *current liabilities* dan *non-current liabilities*”. “*Current liabilities* adalah kewajiban yang harus dibayar perusahaan dalam 1 tahun atau satu kali siklus operasi, yang mana yang lebih lama” (Weygandt *et al*, 2019). “Contoh umum dari *current liabilities* adalah utang dagang, utang gaji dan upah, utang wesel bayar jangka

pendek, utang bunga, dan pendapatan pajak yang harus dibayar, serta obligasi jangka panjang yang jatuh tempo tahun depan” (Weygandt *et al*, 2018). Menurut Ikatan Akuntan (2021) dalam PSAK No. 1 tentang Penyajian Laporan Keuangan, “liabilitas sebagai liabilitas jangka pendek diklasifikasikan apabila:

3. Entitas memperkirakan akan menyelesaikan liabilitas tersebut dalam siklus operasi normal
4. Entitas memiliki liabilitas tersebut untuk tujuan diperdagangkan
5. Liabilitas tersebut jatuh tempo untuk diselesaikan dalam jangka waktu dua belas bulan setelah periode pelaporan atau
6. Entitas tidak memiliki hak tanpa syarat untuk menanggukkan penyelesaian liabilitas selama sekurang-kurangnya dua belas bulan setelah periode pelaporan”

Sedangkan “*Non-current liabilities* merupakan utang jangka panjang yang harus dibayar oleh perusahaan tahun depan. utang dalam kategori ini termasuk utang obligasi, utang hipotek, utang wesel bayar jangka panjang, utang sewa, dan utang pensiun” (Weygandt *et al*, 2018). Menurut Ikatan Akuntansi Indonesia dalam PSAK 1 tentang Penyajian Laporan Keuangan entitas mengklasifikasikan liabilitas sebagai liabilitas jangka Panjang apabila pemberi pinjaman menyetujui pada akhir periode pelaporan untuk menyediakan tenggang waktu pembayaran yang berakhir sekurang-kurangnya dua belas bulan setelah periode pelaporan, selama periode di mana entitas dapat memperbaiki pelanggaran terhadap persyaratan perjanjian dan pemberi pinjaman tidak dapat meminta percepatan pembayaran kembali.

2.10 Pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan *CSR*

“Jika dilihat dari teori *stakeholder*, tingkat *leverage* perusahaan yang tinggi mengakibatkan tingkat resiko tak tertagihnya utang menjadi tinggi pula sehingga kreditor melakukan pengawasan yang ketat terhadap aktivitas perusahaan” (Dewi dan Sari, 2019). “Perusahaan yang berisiko tinggi biasanya berusaha untuk meyakinkan kreditor dengan pengungkapan informasi yang lebih detail” (Ruroh dan Latifah, 2018). Tambahan informasi diperlukan untuk menghilangkan keraguan terhadap dipenuhinya hak hak kreditor. “Oleh karena itu perusahaan dengan *leverage* tinggi memiliki kewajiban mengungkapkan *CSR* dibanding dengan perusahaan yang *leverage* rendah.” (Ruroh dan Latifah, 2018).

“Tingginya *leverage* untuk membiayai aktiva perusahaan, di mana hal ini akan mempengaruhi pengungkapan *CSR* yang dilakukan perusahaan karena utang perusahaan berasal dari kreditor” (Yani dan Suputra, 2020). “Semakin tinggi tingkat *leverage*, semakin besar kemungkinan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi, sehingga akan mengurangi kegiatan dan pengungkapan *CSR*, hal ini didasarkan dengan teori *stakeholder* agar tetap terlihat baik di mata krediturnya” (Sofwan, 2019). “Pelaporan laba yang tinggi akan mencerminkan kondisi keuangan perusahaan yang kuat sehingga meyakinkan perusahaan dalam memperoleh pinjaman dari para *stakeholder* perusahaan tersebut” (Putri dan Kurnia, 2017). “Perusahaan dalam menggapai laba yang tinggi maka akan mengurangi biaya-biaya, termasuk mengurangi biaya untuk mengungkapkan pertanggung jawaban sosial” (Putri dan Kurnia, 2017).

Selain itu, “Perusahaan dengan tingkat rasio *leverage* yang tinggi akan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya lebih rendah, hal ini dikarenakan perusahaan harus mengurangi biaya-biaya untuk melakukan luas pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders* (Astuti, 2019). “Perusahaan dengan tingkat rasio *leverage* yang rendah akan lebih banyak melakukan luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Astuti, 2019). “Perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuat agar tidak diawasi secara ketat atau menghindari pengawasan khusus dari para pemegang hutang” (Ruroh dan Latifah, 2018). “Semakin tinggi tingkat *leverage*, semakin besar kemungkinan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi, sehingga akan mengurangi kegiatan dan pengungkapan *CSR*, hal ini didasarkan dengan teori *stakeholder* agar tetap terlihat baik di mata krediturnya” (Sofwan, 2019).

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Sofwan (2019), Masyitah (2017), Ayuningtyas *et al* (2021) *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *CSR*.

Ha3 : *Leverage* yang diproksikan dengan *Debt to Asset (DAR)* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *CSR*.

2.11 Profitabilitas

“Profitabilitas merupakan kemampuan yang dimiliki perusahaan dalam mengukur rasio untuk memperoleh laba pada tingkat penjualan, ekuitas dan aset” (Romadhona

dan Wibowo, 2020). Sari dan Priyadi (2020) menegaskan bahwa profitabilitas sangat penting bagi pengguna laporan keuangan perusahaan khususnya bagi pihak investor dan kreditor yang seharusnya mendapatkan perhatian yang khusus dikarenakan untuk dapat melangsungkan hidup suatu perusahaan maka perusahaan tersebut harus dalam keadaan yang menguntungkan, tanpa adanya keuntungan (*profit*), maka perusahaan tersebut akan sulit menarik modal dari luar. “Tujuan dari rasio profitabilitas adalah untuk mengetahui tingkat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam periode tertentu serta bertujuan untuk memberikan gambaran tingkat efektivitas manajemen dalam hal melaksanakan kegiatannya” (Sari dan Priyadi, 2020). “Efektivitas dapat dilihat dari besarnya laba yang dihasilkan atas penjualan serta investasi perusahaan” (Sari dan Priyadi, 2020).

Terdapat beberapa rasio yang dapat digunakan untuk mengukur profitabilitas. Menurut Weygandt *et al* (2019) berikut merupakan rasio untuk mengukur profitabilitas serta kegunaannya:

1. *Profit margin ratio* digunakan untuk mengukur laba bersih yang dihasilkan oleh setiap unit nilai penjualan dengan rumus *net income* dibagi dengan *net sales*
2. *Asset turnover ratio* digunakan untuk mengukur seberapa efisien aset digunakan untuk menghasilkan penjualan dengan rumus *net sales* dibagi dengan *average total assets*
3. *Return on assets* digunakan untuk mengukur profitabilitas aset secara keseluruhan dengan rumus *net income* dibagi dengan *average total assets*

4. *Return on ordinary shareholders' equity ratio* digunakan untuk mengukur profitabilitas investasi pemilik dengan rumus *net income* dikurangi *preference dividends* dibagi dengan *average total assets*
5. *Earnings per share ratio (EPS)* digunakan untuk mengukur rasio harga pasar per saham terhadap *EPS* (laba per saham) dengan rumus *dividends* dibagi dengan *weighted-average ordinary shares outstanding*
6. *Price-earning ratio (P-E ratio)* digunakan untuk mengukur rasio harga pasar per saham terhadap *EPS* (laba per saham)
7. *Payout ratio* digunakan untuk mengukur persentase pendapatan yang dibagikan dalam bentuk dividen tunai dengan rumus *cash dividends declared on ordinary shares* dibagi dengan *net income*

Profitabilitas pada penelitian ini diukur dengan menggunakan rasio *return on assets (ROA)*.

Dalam penelitian Permatasari (2019), profitabilitas diukur dengan menggunakan *Return on Asset (ROA)*. “Dengan mengetahui adanya *ROA* suatu perusahaan dapat menilai perusahaan tersebut efisien dalam memanfaatkan aset pada kegiatan operasional perusahaan dan memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukkan efektivitas manajemen dalam menggunakan aset untuk memperoleh pendapatan sehingga *ROA* yang tinggi dapat menarik investor dalam menanamkan modalnya” (Permatasari, 2019). Semakin besar rasio ini maka semakin baik dikarenakan manajemen perusahaan mampu menghasilkan laba atas aset yang dimiliki perusahaan. Menurut Weygandt *et al* (2019) rumus yang digunakan untuk menghitung *ROA* adalah:

$$\text{Return on Assets} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Average Total Assets}} \quad (2.5)$$

Keterangan:

Return on Assets : rasio perbandingan laba bersih terhadap rata-rata aset perusahaan

Net Income : laba bersih setelah dikurangi pajak

Average Total Assets : rata-rata total aset tahun t dan tahun t-1

Untuk menghitung *average total aset* menurut Weygandt *et al* (2019) adalah

$$\left(\frac{\text{Aset Tahun Awal} + \text{Aset Tahun Akhir}}{2} \right) \quad (2.6)$$

Menurut Weygandt *et al* (2019), *Net income* merupakan hasil bersih dari kinerja perusahaan selama periode waktu tertentu. *Net Income* dapat terlihat dalam laporan laba rugi (*income statement*) perusahaan, di mana laporan laba rugi mencantumkan pendapatan (*revenues*) terlebih dahulu, diikuti oleh biaya (Weygandt *et al*, 2019).

Komponen dalam laporan laba rugi menurut Kieso *et al* (2020) adalah:

1. *Sales or Revenue Section*

Menyajikan penjualan, diskon, potongan harga, retur dan informasi terkait lainnya.

2. *Cost of Goods Sold Section*

Menyajikan harga pokok penjualan untuk menghasilkan penjualan

Gross Profit

Pendapatan dikurangi harga pokok penjualan.

3. *Selling Expenses*

Melaporkan pengeluaran-pengeluaran yang dihasilkan dari usaha-usaha untuk penjualan

4. *Administrative or General Expenses*

Melaporkan biaya administrasi umum

5. *Other Income and Expenses*

Mencakup transaksi lain di luar kategori pendapatan dan beban. Sebagai contoh yaitu keuntungan dan kerugian atas penjualan aset berumur Panjang, penurunan nilai aset, dan biaya restrukturisasi. Selain itu pendapatan sewa, pendapatan dividen dan pendapatan bunga.

Income from Operations

Hasil pendapatan dari operasi normal

6. *Financing Costs*

Item terpisah yang mengidentifikasi biaya pendanaan perusahaan sebagai contoh beban bunga

Income before Income Tax

Income before Income tax merupakan total penghasilan sebelum pajak penghasilan

7. *Income Tax*

Bagian singkat pelaporan pajak yang dikenakan atas penghasilan sebelum pajak penghasilan

Income from Continuing Operations

Hasil perusahaan sebelum keuntungan atau kerugian apa pun dari operasi yang dihentikan. Jika perusahaan tidak memiliki keuntungan atau kerugian pada

operasi yang dihentikan, bagian ini tidak dilaporkan dan jumlah ini dilaporkan sebagai laba bersih.

8. *Discontinued Operations*

Keuntungan atau kerugian yang dihasilkan dari disposisi komponen perusahaan

Net Income

Hasil bersih dari kinerja perusahaan selama periode waktu tertentu

9. *Non-Controlling Interest*

Menyajikan alokasi laba bersih kepada pengendali pemegang saham dan untuk kepentingan nonpengendali

10. *Earnings per Share*

Melaporkan jumlah per saham

2.12 Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR

“Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggung jawaban sosial kepada pemegang saham di mana hal tersebut dikarenakan tingkat profitabilitas yang semakin tinggi mencerminkan kemampuan suatu entitas dalam menghasilkan laba yang semakin tinggi, sehingga manajemen mampu untuk meningkatkan tanggung jawab sosial serta dapat melaksanakan pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan keuangan yang lebih luas” (Sari dan Priyadi, 2020).

“Tingkat profitabilitas dapat menunjukkan pengelolaan manajemen yang baik dan meningkatkan legitimasi sosial yang diharapkan oleh perusahaan.

Sehingga perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi memiliki kontribusi kepedulian akan rasa tanggung jawab yang besar kepada masyarakat” (Permatasari dan Widyawati, 2019). “Profitabilitas yang tinggi juga akan mendorong para manajer untuk memberikan informasi yang terperinci, salah satunya yaitu pengungkapan *CSR* dikarenakan mereka ingin meyakinkan investor terhadap perusahaan agar para investor berinvestasi di perusahaan tersebut” (Tangdialla, 2019).

Dengan menggunakan *ROA* untuk mengukur profitabilitas menurut penelitian yang dilakukan Wardhani dan Muid (2017) menyatakan bahwa “pengaruh dari *ROA* terhadap pengungkapan *CSR* berdasarkan teori legitimasi dapat dijelaskan bahwa dengan melalui nilai *ROA* yang tinggi, perusahaan dapat mempunyai peluang untuk membentuk suatu kontrak sosial dengan masyarakat yakni dengan melakukan dan melaporkan pengungkapan *CSR* sebagai bentuk upaya untuk menciptakan keselarasan antara sistem nilai perusahaan dengan sistem sosial yang berlaku di masyarakat”. Sedangkan mengacu kepada teori *stakeholder* Wardhani dan Muid (2017) menyatakan bahwa “perusahaan dengan nilai *ROA* yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan berada dalam kondisi kinerja yang baik dan hal tersebut tak luput dari dukungan *stakeholder* di mana berdasarkan teori *stakeholder*, kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut”.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sari (2020) dan Permatasari (2019), Dewi dan Sari (2019), Nisak dan Jaeni (2019), Wigrhayani dan

Sapari (2019), Fitriana (2019) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *CSR*. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

Ha₄ : Profitabilitas yang diproksikan dengan *ROA* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *CSR*.

2.13 Kepemilikan Saham Publik

“Kepemilikan saham publik adalah suatu proporsi kepemilikan saham yang dimiliki masyarakat atas saham perusahaan” (Hamdani *et al*, 2017). “Kelompok pemegang saham masyarakat adalah kelompok pemegang saham yang masing-masing memiliki kurang dari 5% (<5%) dan biasanya merupakan gabungan kepemilikan dari berbagai masyarakat dan dapat dikatakan bahwa hal tersebut disebut dengan pemegang saham publik” (Permatasari dan Widyawati, 2019). “Tujuan perusahaan dalam menjual saham ke masyarakat yaitu untuk meningkatkan nilai perusahaan, maka diperlukan pendanaan yang diperoleh baik melalui pendanaan internal maupun pendanaan eksternal” (Brahmayanti, 2019). “Besarnya kepemilikan saham individual ini biasanya di bawah 5%, sehingga investor tidak memiliki kendali atas perusahaan” (Rivandi, 2021). “Oleh sebab itu, investor publik memerlukan perlindungan atas saham yang mereka tanam, perlindungan ini dapat berupa pengungkapan informasi keuangan dan non-keuangan pada perusahaan tahunan yang berguna dalam pengambilan keputusan” (Rivandi, 2021).

“Semua perusahaan yang telah terdaftar dalam BEI dan *go public* adalah perusahaan yang memiliki rasio kepemilikan saham oleh publik, yang artinya bahwa keadaan perusahaan dan semua aktivitas harus diketahui dan dilaporkan kepada publik atau pemegang saham” (Andriana dan Anggara, 2019). Bursa Efek Indonesia (BEI) menerapkan persyaratan yang harus dipenuhi apabila perusahaan besar ingin mendaftarkan perusahaannya sebagai perusahaan *go public*. Persyaratan tersebut diberikan baik bagi calon perusahaan yang merupakan besar dan memiliki rekam jejak keuangan yang baik (papan utama) maupun bagi perusahaan yang belum membukukan laba bersih (papan pengembangan). Berikut adalah syarat yang perlu di penuhi baik untuk papan utama maupun papan pengembangan

Gambar 2. 2 Persyaratan Perusahaan Tercatat di BEI

PERSYARATAN MENJADI PERUSAHAAN TERCATAT DI BURSA EFEK INDONESIA	
Papan Utama	Papan Pengembangan
Badan Hukum berbentuk Perseroan Terbatas (PT) yang memiliki: <ol style="list-style-type: none"> 1. Komisaris Independen minimal 30% dari jajaran Dewan Komisaris; 2. Direktur Independen minimal 1 orang dari jajaran anggota Direksi; 3. Komite Audit; 4. Unit Audit Internal; 5. Sekretaris Perusahaan. 	
Operasional pada <i>core business</i> yang sama \geq 36 bulan	Operasional pada <i>core business</i> yang sama \geq 12 bulan
Membukukan laba usaha pada 1 tahun buku terakhir	Tidak harus membukukan laba, namun jika belum membukukan keuntungan, berdasarkan proyeksi keuangan pada akhir tahun ke-2 telah memperoleh laba (khusus sektor tertentu: pada akhir tahun ke-6)
Laporan Keuangan Auditan \geq 3 tahun	Laporan Keuangan Auditan \geq 12 bulan
Opini Laporan Keuangan: Wajar Tanpa Pengecualian (2 tahun terakhir)	Opini Laporan Keuangan: Wajar Tanpa Pengecualian
Aset Berwujud Bersih \geq Rp100 miliar	Aset Berwujud Bersih \geq Rp5 miliar
Jumlah saham yang dimiliki bukan Pengendali & bukan Pemegang Saham Utama min. 300 juta saham dan sebesar: <ul style="list-style-type: none"> • 20% dari total saham, untuk ekuitas < Rp500 miliar • 15% dari total saham, untuk ekuitas Rp500 miliar – Rp2 triliun • 10% dari total saham, untuk ekuitas > Rp2 triliun 	Jumlah saham yang dimiliki bukan Pengendali & bukan Pemegang Saham Utama min. 150 juta saham dan sebesar: <ul style="list-style-type: none"> • 20% dari total saham, untuk ekuitas < Rp500 miliar • 15% dari total saham, untuk ekuitas Rp500 miliar – Rp2 triliun • 10% dari total saham, untuk ekuitas > Rp2 triliun
Jumlah Pemegang Saham \geq 1000 pihak	Jumlah Pemegang Saham \geq 500 pihak

Sumber: www.idx.co.id

Menurut www.idx.co.id, terdapat keuntungan dan resiko perusahaan untuk *go public* diantaranya adalah

Keuntungan:

1. Akses terhadap pendanaan di pasar saham

Go public juga akan meningkatkan nilai ekuitas perusahaan sehingga perusahaan memiliki struktur pemodalannya yang optimal. Setelah menjadi perusahaan publik, perusahaan dapat memanfaatkan pasar modal untuk memperoleh pendanaan selanjutnya, antara lain melalui penawaran umum terbatas yang penawarannya dibatasi hanya kepada investor yang telah memiliki saham perusahaan, atau melalui *secondary offering* dan *private placement*. Perusahaan juga akan lebih mudah untuk menarik *strategic investor* untuk ikut berinvestasi pada saham perusahaan.

2. Mendapat tambahan kepercayaan untuk akses pinjaman

menjadi perusahaan publik yang sahamnya diperdagangkan di Bursa, akan mempermudah akses perusahaan untuk menerbitkan surat utang, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Pada umumnya, investor pembeli surat utang akan lebih menyukai jika perusahaan yang menerbitkan surat utang tersebut telah dikenal dan memiliki citra yang baik dalam dunia keuangan. Kondisi demikian tentunya tidak hanya akan sangat membantu mempermudah penerbitan surat utang, tetapi juga memungkinkan perusahaan untuk menerbitkan surat utang dengan tingkat bunga yang lebih bersaing.

3. Menumbuhkan profesionalisme

Dengan menjadi perusahaan publik, perusahaan dituntut oleh banyak pihak untuk dapat selalu meningkatkan kinerja, kualitas pelayanan, sistem pelaporan, serta menerapkan praktek-praktek tata kelola yang baik. Dengan demikian akan tercipta suatu kondisi yang senantiasa memacu perusahaan dan seluruh

karyawannya untuk profesional dan berusaha selalu memberikan hasil yang terbaik, yang pada akhirnya akan meningkatkan daya saing perusahaan

4. Meningkatkan *image* perusahaan

Dengan pencatatan saham perusahaan di Bursa Efek Indonesia, informasi dan berita tentang perusahaan akan sering diliput oleh media, penyedia data dan analis di perusahaan sekuritas. Publikasi secara cuma-cuma tersebut akan meningkatkan *image* perusahaan serta meningkatkan eksposur pengenalan atas produk-produk yang dihasilkan perusahaan. Hal ini akan menciptakan peluang baru dalam bisnis perusahaan

5. Likuiditas dan kemungkinan divestasi bagi pemegang saham pendiri yang menguntungkan

Apabila pemegang saham pendiri membutuhkan dana untuk keperluan usahanya yang lain, divestasi dapat dilakukan melalui Bursa Efek Indonesia dengan nilai yang optimal. Perdagangan saham yang aktif di Bursa Efek Indonesia akan menciptakan harga yang dapat menjadi acuan pemegang saham dalam melakukan transaksi

6. Menumbuhkan loyalitas karyawan perusahaan

Selain itu, program kepemilikan saham oleh karyawan melalui pemberian saham atau opsi saham oleh perusahaan, juga merupakan strategi untuk dapat mempertahankan karyawan kunci, tanpa mengeluarkan biaya tunai.

7. Meningkatkan nilai perusahaan (*company value*)

Dengan menjadi perusahaan publik yang sahamnya diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia, setiap saat publik dapat memperoleh data pergerakan nilai

perusahaan. Setiap peningkatan kinerja operasional dan kinerja keuangan umumnya akan mempunyai dampak terhadap harga saham di Bursa, yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan

8. Kemampuan untuk mempertahankan kelangsungan hidup

Salah satu permasalahan yang menjadi pemicu kejatuhan bisnis yang dikelola suatu keluarga adalah perpecahan dalam keluarga tersebut. Dengan menjadi perusahaan publik, setiap pihak dalam keluarga dapat memiliki saham perusahaan dalam porsinya masing-masing dan sewaktu-waktu dapat melakukan penjualan atau pembelian melalui Bursa Efek Indonesia. Pemegang saham pendiri juga dapat mempercayakan pengelolaan perusahaan kepada pihak profesional yang kompeten dan dapat dengan mudah mengawasi perusahaan melalui laporan keuangan atau keterbukaan informasi perusahaan yang diwajibkan oleh otoritas. Dalam hal terjadi kesulitan keuangan dan kegagalan pembayaran utang kepada kreditur yang kemudian memerlukan restrukturisasi utang, *debt to equity swap* dapat menjadi alternatif jalan keluar bagi kedua belah pihak. Kreditur yang memperoleh saham dari konversi utang, dapat menjual saham tersebut melalui mekanisme perdagangan saham di Bursa Efek Indonesia. Hal demikian sulit dilakukan jika debitur merupakan perusahaan tertutup.

Konsekuensi :

1. Berbagi kepemilikan

Dengan masuknya investor publik, pemegang saham pendiri tidak lagi memiliki perusahaan dengan kepemilikan sebesar 100% dan harus berbagi

suara dalam rapat umum pemegang saham. Namun demikian, pemegang saham pendiri tidak perlu khawatir kehilangan pengendalian atas perusahaan. Pemegang saham pendiri tetap dapat mempertahankan statusnya sebagai pemegang saham pengendali, sepanjang kepemilikan sahamnya lebih dari 50% dari seluruh saham yang disetor penuh, atau memiliki kemampuan untuk menentukan pengelolaan atau kebijaksanaan Perusahaan Terbuka.

2. Kewajiban mematuhi peraturan pasar modal yang berlaku

Aturan yang dibuat oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bursa Efek Indonesia antara lain terkait transparansi atau keterbukaan informasi untuk memastikan bahwa seluruh pemegang saham dapat memperoleh informasi yang diperlukan dalam membuat keputusan investasinya. Ketentuan lain yang perlu dipenuhi adalah diperlukannya pembentukan organ-organ perusahaan yang masing-masing memiliki fungsi untuk dapat menjalankan tata kelola perusahaan yang baik.

Mengacu pada www.idx.co.id, terdapat tahapan proses yang harus dilakukan perusahaan apabila ingin *go public* diantaranya adalah:

1. Tahap persiapan awal dan persiapan dokumen

Pada tahap awal, perusahaan membentuk tim internal, menunjuk pihak-pihak eksternal yang akan membantu perusahaan melakukan persiapan *go public*, meminta persetujuan RUPS dan merubah Anggaran Dasar serta mempersiapkan dokumen-dokumen yang diperlukan untuk disampaikan kepada BEI dan OJK

2. Tahap penyampaian permohonan perjanjian pendahuluan pencatatan saham ke BEI

Perusahaan mengajukan permohonan untuk mencatatkan saham, dilengkapi dengan dokumen-dokumen yang di persyaratkan (profil perusahaan, laporan keuangan, opini hukum, proyeksi keuangan, dll).

Perusahaan juga perlu menyampaikan permohonan pendaftaran saham untuk dititipkan secara kolektif (*scripless*) di Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI). BEI akan menelaah permohonan yang diajukan perusahaan dan akan mengundang perusahaan beserta *underwriter* dan profesi penunjang untuk mempresentasikan profil perusahaan, rencana bisnis, dan rencana penawaran umum yang akan dilakukan. BEI juga akan melakukan kunjungan ke perusahaan dalam rangka mengetahui lebih lanjut tentang kegiatan usaha perusahaan serta meminta penjelasan lain yang relevan dengan rencana IPO Perusahaan. Apabila perusahaan memenuhi persyaratan yang ditentukan, maka dalam waktu maksimal 10 hari setelah dokumen lengkap, BEI akan memberikan persetujuan prinsip berupa perjanjian pendahuluan pencatatan saham kepada perusahaan.

3. Tahap penyampaian pernyataan pendaftaran ke OJK

Setelah mendapat perjanjian pendahuluan pencatatan saham dari BEI, perusahaan menyampaikan pernyataan pendaftaran dan dokumen pendukungnya kepada OJK untuk melakukan penawaran umum saham.

Dokumen pendukung yang diperlukan antara lain adalah prospektus. Perusahaan harus menunggu izin dari OJK sebelum mempublikasikan

prospectus ringkas di surat kabar atau melakukan penawaran awal. Jika izin tersebut sudah diberikan maka perusahaan juga dapat melakukan *public expose*. OJK akan memberikan pernyataan efektif setelah perusahaan menyampaikan informasi mengenai harga penawaran umum saham dan keterbukaan informasi lainnya. Apabila pernyataan pendaftaran perusahaan telah dinyatakan efektif oleh OJK, perusahaan mempublikasikan perbaikan/tambahan informasi prospectus ringkas di surat kabar serta menyediakan prospektus bagi publik atau calon pembeli saham, serta melakukan penawaran umum.

4. Tahap penawaran umum, pencatatan dan perdagangan saham di BEI

Masa penawaran umum saham dapat dilakukan selama 1-5 hari kerja. Dalam hal permintaan saham dari investor melebihi jumlah saham yang ditawarkan (*over-subscribe*), maka perlu dilakukan penjatahan. Uang pesanan investor yang pesannya tidak dipenuhi harus dikembalikan (*refund*) kepada investor setelah penjatahan. Distribusi saham akan dilakukan kepada investor pembeli saham secara elektronik melalui KSEI (tidak dalam bentuk sertifikat). Perusahaan akan menyampaikan permohonan pencatatan saham kepada Bursa disertai dengan bukti surat bahwa Pernyataan Pendaftaran telah dinyatakan efektif oleh OJK, dokumen prospektus, dan laporan komposisi pemegang saham perusahaan. BEI akan memberikan persetujuan dan mengumumkan pencatatan saham perusahaan dan kode saham (*ticker code*) perusahaan untuk keperluan perdagangan saham di Bursa. Kode saham ini akan

dikenal investor secara luas dalam melakukan transaksi saham perusahaan di BEI. Setelah saham tercatat di Bursa, investor akan dapat memperjualbelikan saham perusahaan kepada investor lain melalui broker atau perusahaan efek yang menjadi anggota bursa terdaftar di BEI.

“Untuk membantu kelancaran penyiapan berbagai dokumen yang diperlukan, termasuk proses penawaran umum saham kepada publik, calon perusahaan publik dapat menunjuk Penjamin Pelaksana Emisi (*Underwriter*) yang bertugas membantu semua persiapan yang diperlukan hingga saham perusahaan dapat diperdagangkan di Bursa. Calon perusahaan terbuka dapat memilih satu atau lebih Penjamin Pelaksana Emisi untuk menunjang proses *Go Public*” (www.idx.co.id).

“Jumlah kepemilikan saham publik yang semakin mengalami peningkatan akan membuat *monitoring* atas kinerja manajemen perusahaan yang dilakukan oleh pihak pemegang saham publik akan semakin ketat dan optimal”. (Soelham, 2017 dalam Vissha dan Efendi, 2019). “Semakin banyak jumlah kepemilikan saham publik berarti semakin banyak pihak yang menginginkan informasi perusahaan, dengan demikian secara tidak langsung kepemilikan publik yang semakin banyak akan mendesak pihak manajemen untuk melakukan pengungkapan informasi perusahaan.” (Vissha dan Efendi, 2019).

Rumus yang digunakan merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Vissha dan Efendi (2019) yaitu:

$$PUBLIC = \frac{\text{Jumlah kepemilikan lembar saham publik}}{\text{Jumlah saham yang beredar}} \times 100\% \quad (2.7)$$

Keterangan:

PUBLIC : kepemilikan saham publik

Jumlah kepemilikan lembar saham publik : jumlah saham yang beredar yang dimiliki oleh publik

Jumlah saham yang beredar : jumlah total saham yang dimiliki dan beredar

Menurut *www.idx.co.id*, “saham adalah tanda penyertaan modal seseorang atau pihak (badan usaha) dalam suatu perusahaan atau perseroan terbatas. Di mana dengan menyertakan modal tersebut maka pihak tersebut memiliki klaim atas pendapatan perusahaan, klaim atas aset perusahaan dan berhak hadir dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS)”. Dalam membeli atau memiliki saham terdapat beberapa keuntungan dan resiko. Menurut *www.idx.co.id*, keuntungan yang diperoleh investor dengan memiliki saham adalah:

1. Dividen

“Dividen merupakan pembagian keuntungan yang diberikan perusahaan dan berasal dari keuntungan yang dihasilkan perusahaan. Dividen diberikan setelah mendapat persetujuan dari pemegang saham dalam RUPS. Jika seorang pemodal ingin mendapatkan dividen, maka pemodal tersebut harus memegang saham tersebut dalam kurun waktu yang relatif lama yaitu hingga kepemilikan saham tersebut berada dalam periode di mana diakui sebagai pemegang saham yang berhak mendapatkan dividen.”

2. *Capital Gain*

“*Capital Gain* merupakan selisih antara harga beli dan harga jual. *Capital gain* terbentuk dengan adanya aktivitas perdagangan saham di pasar sekunder”.

Sedangkan resiko yang dapat diperoleh investor dengan memiliki saham adalah:

1. *Capital Loss*

“*Capital loss* merupakan suatu kondisi di mana investor menjual saham lebih rendah dari harga beli.”

2. Risiko Likuidasi

“Perusahaan yang sahamnya dimiliki, dinyatakan bangkrut oleh pengadilan, atau perusahaan tersebut dibubarkan. Dalam hal ini hak klaim dari pemegang saham mendapat prioritas terakhir setelah seluruh kewajiban perusahaan dapat dilunasi (dari hasil penjualan kekayaan perusahaan). Jika masih terdapat sisa dari hasil penjualan kekayaan perusahaan tersebut, maka sisa tersebut dibagi secara proporsional kepada seluruh pemegang saham. Namun jika tidak terdapat sisa kekayaan perusahaan, maka pemegang saham tidak akan memperoleh hasil dari likuidasi tersebut. Kondisi ini merupakan risiko yang terberat dari pemegang saham. Untuk itu seorang pemegang saham dituntut untuk secara terus menerus mengikuti perkembangan perusahaan.”

2.14 Pengaruh Kepemilikan Saham Publik terhadap Pengungkapan CSR

“Adanya proporsi kepemilikan saham publik menyebabkan kondisi di mana publik memiliki hak pada perusahaan terkait pemenuhan kebutuhan informasi dan perusahaan memiliki kewajiban untuk melaporkan atau memberikan informasi mengenai keadaan perusahaan, sehingga perusahaan yang memiliki kepemilikan saham oleh publik yang tinggi akan lebih termotivasi untuk lebih melakukan pengungkapan aktivitas tanggung jawab sosial sebagai wujud akuntabilitas

perusahaan kepada publik” (Evandini & Darsono, 2014 dalam Tista dan Putri, 2020). “Perusahaan *go public* yang terdapat dalam di Bursa Efek Indonesia (BEI) berarti menandakan bahwa segala aktivitas perusahaan harus dilaporkan, karena masyarakat berhak mengetahuinya dan hal ini sebagai bagian dari pemegang saham. Hal ini menunjukkan wujud dari pertanggung jawaban perusahaan kepada publik” (Permatasari dan Widyawati, 2019).

“Semakin besar komposisi saham perusahaan yang dimiliki publik, maka dapat melakukan pengungkapan secara luas yaitu pengungkapan *corporate social responsibility*” (Putra dan Shiddiq, 2011 dalam Permatasari dan Widyawati, 2019). “Saham yang dimiliki oleh publik mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut memiliki kredibilitas yang tinggi pada masyarakat dalam memberikan imbalan (dividen) dan juga perusahaan mampu beroperasi terus menerus (*going concern*) sehingga akan melakukan pengungkapan secara luas” (Hamdani *et al*, 2017).

“Kepemilikan saham publik akan mempengaruhi tingkat pengungkapan CSR perusahaan, karena dengan adanya kepemilikan publik maka perusahaan harus berusaha untuk menyajikan laporan tahunan perusahaan yang baik dan transparan (salah satu informasi yang ada di dalamnya adalah laporan kegiatan CSR kepada publik untuk menjaga kepercayaan publik kepada perusahaan atau untuk menjaga citra perusahaan (Siregar, 2016 dalam Visessa dan Efendi, 2019). “Manajemen yang berusaha untuk menyajikan laporan keuangan dengan baik dan transparan, dapat diartikan bahwa semakin banyak jumlah kepemilikan saham publik maka tinggi pula tingkat pengungkapan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan” (Visessa dan Efendi, 2019).

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Amdani *et al* (2019), Vishesha dan Efendi (2019), Soelham (2017), dan Gandawidjaya dan Salim (2021) menyatakan bahwa kepemilikan saham publik berpengaruh positif terhadap pengungkapan *CSR*. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

Has : **Kepemilikan saham publik yang diproksikan dengan persentase perbandingan jumlah saham yang dimiliki masyarakat dengan jumlah saham yang beredar berpengaruh positif terhadap pengungkapan *CSR*.**

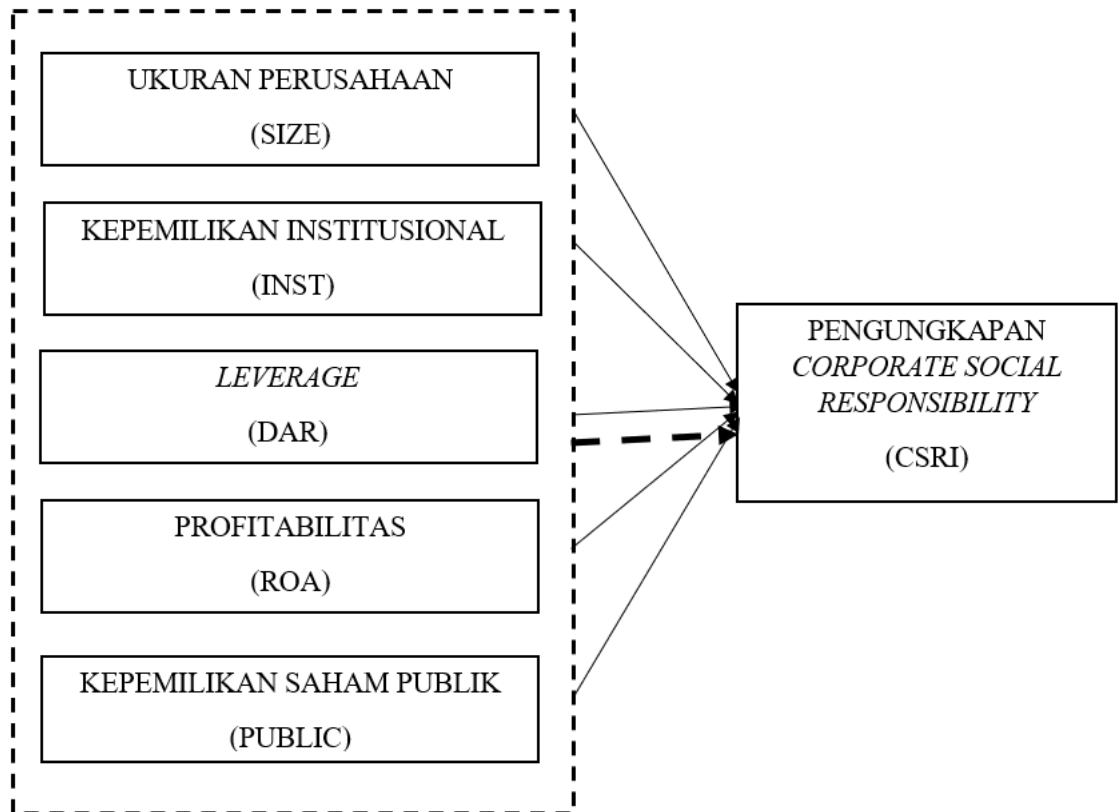


2.15 Model Penelitian

Berdasarkan penelitian di atas, kerangka pemikiran dari penelitian ini digambarkan dengan:

Gambar 2. 3 Model Penelitian

Model Penelitian



UIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA