



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB II

### TELAAH LITERATUR

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

Pengertian CSR menurut Coombs dan Holladay (2012) adalah: “*CSR is the voluntary actions that a corporation implements as it pursues its mission and fulfills its perceived obligations to stakeholders, including employees, communities, the environment, and society as a whole.*” Menurut *The World Business Council on Sustainable Development (WBCSD)* dalam Sari (2012) menyatakan *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah suatu komitmen dari perusahaan untuk melaksanakan etika keperilakuan (*behavioral ethics*) dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan (*sustainable economic development*). *WBCSD* juga mendefinisikan *CSR* sebagai suatu tindakan atau gerakan yang bertujuan untuk meningkatkan perekonomian dan kualitas hidup karyawan beserta keluarganya, serta peningkatan kualitas hidup bagi masyarakat yang ada di lingkungan sekitar perusahaan (Cheng dan Yulius, 2011 dalam Sriayu dan Mimba, 2013). Sedangkan pengertian *CSR* menurut Untung (2014), adalah sebagai berikut:

*“Corporate Social Responsibility (CSR) is concept which encourages organizations to consider the interests of society by talking responsibility for the impact of the organization’s activities on consumers, employees, shareholders, communities, and the environments in all aspects of its operations. This obligation is seen to extend beyond the statutory obligation to comply with legislation and sees organizations voluntarily taking further steps to improve the quality of life for employees and their families as well as for the local community and society at large.”*

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut, *CSR* secara singkat dapat diartikan sebagai suatu tindakan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya kepada para *stakeholders*, lingkungan, dan memenuhi perundang-undangan yang berlaku disamping untuk mencapai tujuannya dalam memperoleh keuntungan, serta berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan (*sustainable economic development*). Konsep *CSR* sangat erat kaitannya dengan konsep “*triple bottom line*” atau *3P* (*Profit, People, Planet*). Menurut Santioso dan Chandra (2012), konsep *triple bottom line* atau konsep *CSR* merupakan konsep pengukuran kinerja perusahaan dengan memasukkan tidak hanya ukuran kinerja ekonomis berupa perolehan *profit*, tapi juga ukuran kepedulian sosial dan pelestarian lingkungan.

Berikut merupakan penjelasan unsur *3P* (*profit, people, planet*) menurut Wibisono (2007) dalam Santioso dan Chandra (2012).

1. *Profit* (keuntungan)

*Profit* merupakan unsur terpenting yang menjadi tujuan utama dari setiap kegiatan usaha. *Profit* sendiri pada hakikatnya merupakan tambahan pendapatan yang dapat digunakan untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Aktivitas yang dapat ditempuh untuk mendongkrak *profit* antara lain dengan meningkatkan produktivitas dan melakukan efisiensi biaya. Peningkatan produktivitas dapat diperoleh dengan memperbaiki manajemen kerja melalui penyederhanaan proses, mengurangi aktivitas yang tidak efisien, menghemat waktu proses dan pelayanan.

## 2. *People* (masyarakat)

Masyarakat sekitar perusahaan merupakan *stakeholders* penting bagi perusahaan, karena dukungan masyarakat sekitar sangat diperlukan bagi keberadaan, kelangsungan hidup, dan perkembangan perusahaan. Maka sebagai bagian yang tidak terpisahkan dengan masyarakat lingkungan, perusahaan perlu berkomitmen untuk berupaya memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan kegiatan yang menyentuh kebutuhan masyarakat.

## 3. *Planet* (lingkungan)

Lingkungan adalah sesuatu yang terkait dengan seluruh bidang kehidupan kita. Hubungan kita dengan lingkungan adalah hubungan sebab akibat, dimana jika kita merawat lingkungan maka lingkungan pun akan memberikan manfaat bagi kita. Dengan melestarikan lingkungan, para pelaku industri akan memperoleh keuntungan yang lebih, terutama dari sisi kesehatan, kenyamanan, disamping ketersediaan sumber daya yang lebih terjamin kelangsungannya.

Peraturan tentang *CSR* telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) dan Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal (PM). Dalam Undang-Undang tentang PT pasal 74 disebutkan bahwa setiap perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Bahkan Undang-Undang tentang PM pasal 34 ayat 1 menyatakan bahwa badan usaha atau usaha perseorangan yang tidak

memenuhi tanggung jawab sosial akan dikenai sanksi administratif berupa: (1) peringatan tertulis, (2) pembatasan kegiatan usaha, (3) pembekuan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal, (4) pencabutan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal.

Kegiatan *CSR* akan memberikan manfaat jika dilakukan secara konsisten. Menurut Efendi (2009), manfaat yang diperoleh perusahaan jika mengimplementasikan *CSR* yaitu:

1. Keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan. Selain itu, perusahaan juga mendapatkan citra (*image*) yang positif dari masyarakat luas.
2. Perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap capital (modal).
3. Perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia (*human resources*) yang berkualitas.
4. Perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis (*critical decision making*) dan mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*).

Praktik kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* di dunia telah berkembang sejak 1950-an. Khusus di Indonesia sebenarnya baru dimulai sejak awal 1990-an melalui program PUKK (Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi), kemudian berlanjut dengan beragam istilah, seperti: Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PK-BL) yang dilaksanakan oleh BUMN, Program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan/*CSR* yang dilakukan oleh BUMN dan Swasta, serta tanggung jawab sosial dan lingkungan seperti yang dimaksud dalam UU No. 40 Tahun 2007

tentang Perseroan. Perhatian terhadap implementasi CSR semakin meningkat sejak dibentuknya CFCD (*Corporate Forum for Community Development*) pada tanggal 24 September 2002 (Untung, 2014). Sejak diterbitkannya UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan yang dalam Pasal 74 telah mewajibkan setiap perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam untuk melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL), telah menempatkan Indonesia sebagai satu-satunya negara di dunia yang mewajibkan setiap perusahaan melaksanakan CSR/TJSL (Untung, 2014).

Salah satu contoh perusahaan manufaktur sektor konsumsi yang mengadakan kegiatan CSR adalah PT Unilever Indonesia. PT Unilever Indonesia sebagai pemilik merek *Pepsodent*, telah memulai program pendidikan masyarakat dan program kesehatan gigi dan mulut sejak awal tahun 1970-an yang berlangsung hingga sekarang. Selain itu, Unilever pun membangun dan mengembangkan rantai nilai panjangnya secara efektif; mulai dari pemasok, produksi, hingga distribusi yang pada awalnya melibatkan mitra usaha kecil dan menengah (UKM), yang kemudian berkembang bersama Unilever melalui pelatihan terkait keunggulan operasi, penjaminan mutu, dan etika berbisnis. Dengan memilih berinvestasi dalam mengembangkan rantai nilai melalui kemitraan, pelatihan, serta memberdayakan untuk mandiri, maka PT Unilever Indonesia mampu memberi sumbangan bagi terciptanya kemakmuran melalui ketersediaan peluang kerja dan pertumbuhan para mitra UKM. Selain itu, Unilever pun terus dapat mempertahankan rantai nilai yang efektif dan

berkelanjutan sehingga dapat mempertahankan produk-produk penting perusahaan seperti *Pepsodent* sebagai pemimpin pasar selama beberapa dasawarsa, bahkan hingga hari ini. Semua kegiatan terkait pendidikan masyarakat (program kesehatan gigi dan mulut), pengembangan kemitraan, pelatihan, pemberdayaan masyarakat tersebut saat ini dikenal sebagai kegiatan *CSR* (Urip, 2014). Dalam jangka waktu lima tahun, penjualan *Pepsodent* meningkat sebesar 265 persen; dari 2.303 ton pada tahun 1975 menjadi 6.102 ton pada tahun 1980, dan merek ini menjadi pemimpin pangsa pasar yang kokoh (Urip, 2014).

## **2.2 Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR D)**

Kata *disclosure* memiliki arti tidak menutupi atau tidak menyembunyikan. Apabila dikaitkan dengan data, *disclosure* berarti memberikan manfaat kepada pihak yang memerlukan. Apabila dikaitkan dengan laporan keuangan, *disclosure* mengandung arti bahwa laporan keuangan harus memberikan informasi dan penjelasan yang cukup mengenai hasil aktifitas suatu unit usaha (Chariri dan Ghazali, 2003 dalam Kartika, 2010). Pengungkapan merupakan hal yang vital bagi pengambilan keputusan optimal para investor dan untuk pasar modal yang stabil (Kartika, 2010).

Menurut Mathews (1995) dalam Sudana dan Arlindania (2011), pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting* merupakan proses mengkomunikasikan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap

masyarakat secara keseluruhan. Hal ini menurut Gray *et al.* (1987) dalam Sudana dan Arlindania (2011) memperluas tanggung jawab organisasi (khususnya perusahaan), di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham.

Praktik pengungkapan tanggung jawab sosial diatur oleh Ikatan Akuntan Indonesia (2012) dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 Revisi 2009 tentang Penyajian Laporan Keuangan paragraf 15 yang menyatakan bahwa: “Entitas dapat pula menyajikan, terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah, khususnya bagi industri dimana faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan keuangan yang memegang peranan penting. Laporan tambahan tersebut di luar lingkup Standar Akuntansi Keuangan.” Berdasarkan Peraturan Bapepam Nomor 431/BL/2012 mengharuskan bagi perusahaan-perusahaan yang mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk mengungkapkan uraian mengenai tanggung jawab sosial perusahaan yang meliputi kebijakan, jenis program, dan biaya yang dikeluarkan, antara lain terkait aspek lingkungan hidup, praktik ketenagakerjaan, kesehatan, dan keselamatan kerja, pengembangan sosial dan kemasyarakatan, serta tanggung jawab produk.

Penerapan CSR dapat diungkapkan perusahaan dalam media laporan tahunan (*annual report*) perusahaan yang berisi laporan tanggung jawab sosial perusahaan selama kurun waktu satu tahun berjalan (Sari, 2012). Selain pada laporan tahunan perusahaan, *Corporate Social Responsibility* juga diungkapkan



dalam *Sustainability Reporting*. Menurut Terzaghi (2012), *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*).

Terdapat beberapa jenis indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, salah satunya adalah *GRI (Global Reporting Index)* dari *Global Reporting Initiative* yang merupakan lembaga untuk mempromosikan standar yang diciptakan dengan memberi arahan bagi perusahaan-perusahaan dalam menerbitkan laporan berkelanjutan tentang tanggung jawab sosialnya. Kerangka pelaporan *GRI* ditujukan sebagai sebuah kerangka yang dapat diterima secara umum dalam melaporkan kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial dari organisasi. Kerangka ini didesain untuk digunakan oleh berbagai organisasi yang berbeda ukuran, sektor, dan lokasinya. Kerangka pelaporan *GRI* mengandung isi bersifat umum dan sektor yang bersifat spesifik, yang telah disetujui oleh berbagai pemangku kepentingan di seluruh dunia dan dapat diaplikasikan secara umum dalam melaporkan kinerja berkelanjutan dari sebuah organisasi (Sudana dan Arlindania, 2011).

Indikator *GRI* yang digunakan adalah *GRI G3.1* yang berjumlah delapan puluh empat indikator. *GRI* adalah sebuah organisasi yang menyediakan kerangka kerja untuk pelaporan keberlanjutan yang dapat diadopsi oleh semua jenis organisasi di semua negara. Pedoman laporan *GRI* terbaru adalah *Global Reporting Initiative (GRI) G3.1* yang disusun berdasarkan enam kategori yang perlu diungkapkan oleh perusahaan-perusahaan. Kategori-kategori tersebut

meliputi kategori ekonomi, lingkungan, sosial berupa praktek tenaga kerja dan pekerjaan layak, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggung jawab produk (Safitri, 2013).

Menurut *Global Reporting Initiative* (2011), terdapat enam indikator pengungkapan tanggung jawab sosial yaitu:

1. *Economic performance indicators* terdiri dari aspek *economic performance, market presence, dan indirect economic impacts*.
2. *Environmental performance indicators* terdiri dari aspek *materials, energy, water, biodiversity, emission, effluents, and waste, products and service, compliance, transport, dan overall*.
3. *Labor practices and decent work performance indicators* terdiri dari aspek *employment, labor/management relations, occupational health and safety, training and education, diversity and equal opportunity, dan equal remuneration for women and men*.
4. *Human rights indicators* terdiri dari aspek *investment and procurement practices, non-discrimination, freedom of association and collective bargaining, child labor, forced and compulsory labor, security practices, indigenous rights, assessment, dan remediation*.
5. *Society indicators* terdiri dari aspek *local communities, corruption, public policy, anti-competitive behavior, dan compliance*.
6. *Product responsibility indicators* yang terdiri dari aspek *customer health and safety, product and service labeling, marketing communications, customer privacy, dan compliance*.

Item pengungkapan *CSR* untuk setiap aspek dari indikator dapat dilihat pada lampiran 2.

Tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diukur dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRDI)* dengan rumus (Murwaningsari, 2009):

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

Keterangan:

$CSRDI_j$  : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan  $j$

$N_j$  : Jumlah item untuk perusahaan  $j$ ,  $N_j = 84$  item

$X_{ij}$  : *Dummy variable*, kode 1 jika perusahaan melakukan dan mengungkapkan item *CSR* dan 0 jika perusahaan tidak melakukan atau tidak mengungkapkan item *CSR*.

Semakin tinggi *Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRDI)* membuktikan bahwa perusahaan telah melakukan kegiatan tanggung jawab sosial yang lebih banyak terhadap masyarakat dan lingkungan. Menurut Urip (2014), peluang terbaik untuk mempertahankan pertumbuhan dan laba terjadi apabila perusahaan menanamkan *CSR* ke dalam strategi bisnis strategisnya. Selain itu, perusahaan secara terus-menerus mengembangkan pasar untuk memastikan bahwa konsumen memahami dan merasakan manfaat ketika menggunakan produk, merek, atau layanan yang ditawarkan, dan juga mampu membelinya. Urip (2014) juga menyatakan bahwa pelaksanaan bersama kegiatan *CSR* beberapa perusahaan

dapat secara nyata mendorong pengembangan dan percepatan pertumbuhan perekonomian mikro melalui pelaksanaan tata kelola yang baik, perubahan tata nilai, pelaksanaan praktik terbaik, dan penyebaran teknologi.

### 2.3 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan (*size*) merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan (Sari, 2012). Menurut Sulastini (2007) dalam Dewi dan Keni (2013), penentuan ukuran perusahaan ini didasarkan kepada *total asset* perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka sumber informasi perusahaan yang tersedia semakin luas dan mudah diakses oleh publik.

Perusahaan yang berukuran besar memiliki basis pemegang kepentingan yang lebih luas, sehingga berbagai kebijakan perusahaan besar akan berdampak lebih besar terhadap kepentingan publik dibandingkan dengan perusahaan kecil. Bagi investor, kebijakan perusahaan akan berimplikasi terhadap prospek *cash flow* dimasa yang akan datang. Sedangkan bagi regulator (pemerintah) akan berdampak terhadap besarnya pajak yang akan diterima serta efektifitas peran pemberian perlindungan terhadap masyarakat secara umum (Nuryaman, 2009).

Rumus yang digunakan untuk mengukur variabel ukuran perusahaan (*size*) adalah sebagai berikut (Sari, 2012):

$$Size = \text{Log natural} (total\ asset)$$

Keterangan:

*Size* : Ukuran perusahaan

Menurut Weygandt, Kimmel, dan Kieso (2013), aset adalah semua sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan. Pengelompokan aset adalah sebagai berikut:

1. *Intangible Assets*

Banyak perusahaan yang mempunyai *long-lived assets* yang tidak mempunyai bentuk fisik tetapi sangat berharga. Aset tersebut disebut *intangible assets*. Salah satu *intangible assets* yang signifikan adalah *goodwill*. Selain itu, terdapat *patents*, *copyrights*, dan *trademarks* atau *trade names* yang memberikan perusahaan *exclusive right* untuk digunakan dalam periode waktu tertentu.

2. *Property, Plant, and Equipment*

*Property, Plant, and Equipment* adalah aset yang memiliki *long useful lives* yang digunakan dalam operasi bisnis perusahaan. Dalam kategori ini termasuk tanah, bangunan, mesin serta peralatan, *delivery equipment*, dan *furniture*.

3. *Long-Term Investment*

*Long-Term Investment* merupakan investasi saham biasa dan obligasi perusahaan lain yang dipertahankan untuk beberapa tahun. Dalam kategori ini juga termasuk investasi dalam *non-current assets* seperti tanah atau bangunan yang tidak digunakan dalam kegiatan operasi perusahaan.

4. *Current Assets*

*Current assets* adalah aset yang diperkirakan perusahaan dapat dikonversi menjadi kas atau digunakan dalam jangka waktu satu tahun. Tipe dari *current assets* adalah (1) *prepaid expenses (insurance and supplies)*, (2)

*inventories, (3) receivables (notes receivable, accounts receivable, and interest receivable), (4) short-term investments (such as short-term U.S. government securities), dan (5) cash.*

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia (2012) dalam PSAK No. 1 Revisi 2009 tentang Penyajian Laporan Keuangan paragraf 64 menyatakan bahwa entitas mengklasifikasikan aset sebagai aset lancar, jika:

- a. Entitas memperkirakan akan merealisasikan aset, atau bermaksud 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; atau
- d. Kas atau setara kas (seperti yang dinyatakan dalam PSAK 2: Laporan Arus Kas), kecuali aset tersebut dibatasi pertukaran atau penggunaannya untuk menyelesaikan liabilitas sekurang-kurangnya dua belas bulan setelah periode pelaporan.

Entitas mengklasifikasikan aset yang tidak termasuk kategori tersebut sebagai aset tidak lancar.

## **2.4 Pengaruh ukuran perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure***

Menurut Cowen *et al.* (1987) dalam Dewi dan Keni (2013), perusahaan yang lebih besar melakukan aktivitas yang lebih banyak sehingga menyebabkan dampak

yang lebih besar terhadap lingkungan. Perusahaan yang lebih besar mungkin akan memiliki pemegang saham yang mempunyai kepentingan dengan program sosial yang dibuat oleh perusahaan dalam laporan tahunan. Laporan tahunan merupakan alat yang efisien untuk mengkomunikasikan informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Semakin besar suatu perusahaan maka semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuat perusahaan. Menurut Santioso dan Chandra (2013), perusahaan dengan ukuran yang besar lebih banyak mendapat sorotan dari publik. Maka dari itu, perusahaan yang besar cenderung lebih banyak mengeluarkan biaya untuk mengungkapkan informasi yang lebih luas sebagai upaya untuk menjaga legitimasi perusahaan. Legitimasi perusahaan dapat diwujudkan melalui pengungkapan *sustainability report*.

Utami dan Prastiti (2011) menyatakan bahwa perusahaan besar cenderung mengungkapkan informasi sosial agar mendapat penilaian positif dari pemilik modal. Hal ini dimaksudkan untuk mengurangi konflik keagenan, meskipun dapat meningkatkan biaya perusahaan. Sehingga manajemen dapat menunjukkan bahwa mereka tidak hanya menggunakan aset perusahaan untuk kepentingannya sendiri, tetapi juga untuk kepentingan pemilik modal melalui pengungkapan informasi sosial pada laporan tahunannya. Menurut Nuryaman (2009), ukuran perusahaan dapat mempengaruhi pengungkapan sukarela. Semakin besar suatu perusahaan, maka perusahaan akan menghadapi biaya politik yang tinggi, perusahaan besar akan menghadapi tuntutan lebih besar dari para *stakeholder* untuk menyajikan laporan keuangan yang lebih transparan.

Penelitian Dewi dan Keni (2013) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian Nur dan Priantinah (2012) serta Wijaya (2012) menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan yang diukur dengan *total asset* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *CSR*. Hasil penelitian Nuryaman (2009), ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan sukarela pada tingkat signifikansi 0,01. Koefisien bertanda positif menunjukkan semakin besar ukuran perusahaan, maka pengungkapan sukarela semakin meningkat. Penelitian Sari (2012) menunjukkan bahwa variabel *size* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Berdasarkan landasan teori tersebut, hipotesis alternatif terkait ukuran perusahaan dan *Corporate Social Responsibility Disclosure* adalah:

Ha<sub>1</sub>: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

## 2.5 Umur Perusahaan

Pemenuhan kebutuhan dana merupakan suatu hal yang tidak dapat terpisahkan dari perusahaan untuk menjalankan kegiatan operasinya. Kebutuhan dana untuk pembiayaan ini dapat dipenuhi dari berbagai sumber, antara lain dengan menggunakan modal sendiri, mengeluarkan surat hutang (obligasi), hutang pada pihak ketiga, atau melalui emisi saham. Salah satu media yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam memperoleh dana dan melakukan investasi adalah melalui pasar modal. Usaha untuk mendapatkan dana tersebut dapat dilakukan dengan



cara perusahaan mengeluarkan surat berharga dan kemudian surat berharga atau saham yang baru dikeluarkan oleh perusahaan tersebut dijual pada pasar primer yang berupa *Initial Public Offerings (IPO)* atau penawaran perdana terhadap sahamnya, atau dapat pula dengan cara menambah surat berharga baru jika perusahaan tersebut sudah *going public*. Selanjutnya surat berharga yang telah beredar diperdagangkan di pasar sekunder (Isfaatun dan Hatta, 2010). Selain memperoleh manfaat dengan melakukan *go public*, perusahaan yang melakukan *go public* juga akan menimbulkan beberapa konsekuensi, antara lain: (1) berbagi kepemilikan, (2) mematuhi peraturan pasar modal yang berlaku (Indra, 2012). Menurut Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal, salah satu kewajiban dari setiap penanam modal adalah melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan berdasarkan Peraturan Bapepam Nomor 431/BL/2012 mengharuskan bagi perusahaan-perusahaan yang mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk mengungkapkan uraian mengenai tanggung jawab sosial perusahaan. *Initial Public Offering (IPO)* merupakan titik awal bagi perusahaan untuk melaksanakan kewajiban dalam melakukan dan mengungkapkan *CSR*, maka dalam penelitian ini menggunakan tahun perusahaan terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Menurut Sudaryono (2007) dalam Dewi dan Keni (2013), umur perusahaan merupakan lamanya perusahaan terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Menurut Untari (2010) dalam Dewi dan Keni (2013) umur perusahaan juga merupakan faktor yang mempengaruhi kinerja perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Umur perusahaan dapat menunjukkan kemampuan

dalam mengatasi kesulitan dan hambatan yang dapat mengancam kehidupan perusahaan serta menunjukkan kemampuan perusahaan mengambil kesempatan dalam lingkungannya untuk mengembangkan usaha. Disamping itu, umur perusahaan menunjukkan kemampuan dalam keunggulan berkompetisi. Dengan demikian semakin lama perusahaan berdiri, perusahaan tersebut semakin dapat menunjukkan eksistensi dalam lingkungannya dan semakin bisa meningkatkan kepercayaan investor. Lucyanda dan Siagian (2012) menyatakan bahwa: *“Logically, the longer the company’s established, the more things are learned more and more improvements are made. Companies will always try to meet the demands given to it. All of this is to improve the company image in the eyes of investors and the public.”*

Perhitungan umur perusahaan dilakukan dengan menggunakan rumus (Untari, 2010 dalam Dewi dan Keni, 2013):

$$UM = \text{Tahun ke } n - \text{Tahun } \textit{first issue} \text{ di Bursa Efek Indonesia}$$

Keterangan:

- UM : Umur Perusahaan  
Tahun ke n : Tahun *annual report/sustainability report* yang diteliti  
Tahun *first issue* : Tahun perusahaan terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Weygandt, Kimmel, dan Kieso (2013) menyatakan bahwa: *“Both small and large companies prepare financial statements periodically in order to assess their financial condition and results of operations. Accounting time periods are*

*generally a month, a quarter; or a year. Monthly and quarterly time periods are called interim periods. Most large companies must prepare both quarterly and annual financial statements. An accounting time period that is one year in length is a fiscal year. A fiscal year usually begins with the first day of a month and ends 12 months later on the last day of a month. Most business use the calendar year (January 1 to December 31) as their accounting period.”* Menurut Keputusan Direksi PT Bursa Efek Jakarta (sekarang PT Bursa Efek Indonesia) Nomor: Kep-305/BEJ/07-2004, pencatatan (*listing*) adalah pencantuman suatu Efek dalam daftar Efek yang tercatat di Bursa sehingga dapat diperdagangkan di Bursa.

## **2.6 Pengaruh umur perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure***

Untari (2010) dalam Santioso dan Chandra (2012) menyatakan umur perusahaan diharapkan memiliki hubungan positif terhadap pengungkapan sukarela. Alasan yang mendasarinya adalah bahwa perusahaan yang lebih tua mungkin lebih mengerti informasi-informasi apa saja yang seharusnya diungkapkan dalam laporan tahunan sehingga perusahaan akan mengungkapkan informasi-informasi yang memberikan pengaruh positif bagi perusahaan tersebut.

Menurut Lucyanda dan Siagian (2012), semakin lama perusahaan berdiri, semakin banyak hal yang dipelajari dan semakin banyak perbaikan yang dibuat. Perusahaan akan selalu berusaha untuk memenuhi tuntutan yang diberikan kepadanya. Hal ini untuk meningkatkan citra perusahaan dimata investor dan publik. Semakin lama perusahaan maka semakin banyak informasi yang telah

diperoleh masyarakat tentang perusahaan tersebut. Dengan demikian legitimasi dapat dikatakan sebagai manfaat atau sumber potensial bagi perusahaan dalam bertahan hidup. Selain itu, teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerja dapat diterima masyarakat. Sehingga semakin lama perusahaan dapat bertahan, maka perusahaan semakin mengungkapkan informasi sosialnya sebagai bentuk tanggung jawabnya agar tetap diterima di masyarakat (Utami dan Prastiti, 2011).

Penelitian Ansah (2000) dalam Santioso dan Devona (2012) menghasilkan bahwa umur perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian Untari (2010) dalam Santioso dan Chandra (2012) menyimpulkan bahwa umur perusahaan berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial. Hasil penelitian Santioso dan Devona (2012) juga menunjukkan bahwa umur perusahaan memengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan landasan teori tersebut, hipotesis alternatif terkait umur perusahaan dan *Corporate Social Responsibility Disclosure* adalah:

Ha<sub>2</sub>: Umur perusahaan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

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

Menurut Effendi (2009) *Good Corporate Governance (GCG)* diartikan sebagai seperangkat sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan untuk menciptakan nilai tambah (*value added*) bagi para pemangku kepentingan. Hal ini disebabkan karena *GCG* dapat mendorong terbentuknya pola kerja manajemen

yang Bersih, Transparan, dan Profesional (BTP). Pengertian *Good Corporate Governance* juga dikemukakan oleh Solomon (2010) yaitu:

*“The system of checks and balances, both internal and external to companies, which ensures that companies discharge their accountability to all their stakeholders and act in a socially responsible way in all areas of their business activity.”*

Menurut Untung (2014), *GCG* adalah rangkaian proses, kebiasaan, kebijakan, aturan dan intuisi yang memengaruhi pengarahannya, pengelolaan, serta pengontrolan suatu perusahaan korporasi. Tata kelola perusahaan juga mencakup hubungan antara para pemangku kepentingan (*stakeholder*) yang terlibat serta tujuan pengelolaan perusahaan. Pihak-pihak utama dalam tata kelola perusahaan adalah pemegang saham, manajemen, dan dewan direksi. Pemangku kepentingan lain yang termasuk di dalamnya antara lain karyawan, pemasok, pelanggan, bank, dan kreditor lain, regulator, lingkungan, serta masyarakat luas. Sedangkan pengertian *GCG* menurut Daniri (2014) adalah sebagai berikut:

1. Suatu struktur yang mengatur pola hubungan harmonis tentang peran Dewan Komisaris, Dewan Direksi, Rapat Umum Pemegang Saham dan para *stakeholder* lainnya.
2. Suatu mekanisme *check and balance* mencakup perimbangan kewenangan atas pengendalian perusahaan yang dapat membatasi munculnya dua peluang: pengelolaan yang salah dan penyalahgunaan aset perusahaan.
3. Suatu proses yang transparan atas penentuan tujuan perusahaan, pencapaian, dan pengukuran kinerjanya.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa *GCG* adalah sistem, struktur, dan proses yang digunakan untuk mengatur dan mengendalikan perusahaan guna memberikan nilai tambah (*value added*) kepada *stakeholders*, serta melaksanakan tanggung jawab sosialnya dalam semua bidang aktivitas bisnis mereka secara berkesinambungan dan jangka panjang.

*GCG* telah diatur sedemikian rupa dalam beberapa peraturan perundang-undangan seperti dalam ketentuan UU No. 19 Tahun 2003 tentang BUMN dalam Pasal 36 perihal Maksud dan Tujuan Perusahaan BUMN dan Pasal 73 perihal Restrukturisasi Perusahaan yang harus memerhatikan *GCG* tersebut. Selain peraturan tersebut, sebelumnya pemerintah juga mensyaratkan untuk menerapkan prinsip *GCG* ini dalam BUMN dengan Surat Keputusan Menteri BUMN No. Kep. 117/M-MBU/2002 tentang penerapan *GCG* di BUMN sebagai pedoman korporasi yang diperlukan dalam sistem pengelolaan BUMN yang sehat. Untuk perusahaan swasta dalam hal penanaman modal juga telah diatur dalam Pasal 15 UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal (Untung, 2014).

Perusahaan dapat memperoleh manfaat apabila menerapkan *GCG*, diantaranya adalah sebagai berikut (Effendi, 2009):

1. Meningkatkan reputasi manajemen (*reputation management*). Reputasi merupakan hal yang kritikal bagi kesuksesan perusahaan. Reputasi yang positif perlu dibangun dan dikelola oleh perusahaan secara serius.
2. Mempermudah dalam mengelola profil risiko (*risk profile*) dan manajemen risiko (*risk management*). Beberapa risiko potensial yang

mungkin akan menimpa perusahaan perlu diantisipasi, sehingga dapat meminimalkan dampak negatif yang merugikan perusahaan.

3. Meningkatkan kreativitas dan inovasi terutama pada karyawan level bawah. Perusahaan dapat berkembang dengan pesat, apabila para karyawan memiliki ide-ide kreatif dan inovasi yang tinggi yang dapat diaplikasikan untuk kemajuan perusahaan.
4. Meningkatkan efisiensi operasional. Perusahaan yang menerapkan *GCG* akan berfokus pada tujuan utama, sehingga dapat melakukan perbaikan langsung pada berbagai bidang operasional yang berdampak pada penghematan biaya (*cost reduction*).

Implementasi prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* dalam lingkup pasar modal di Indonesia dapat dijabarkan melalui upaya-upaya Bapepam mendorong perusahaan untuk memperhatikan dan melaksanakan prinsip-prinsip dasar *Good Corporate Governance* yang disusun oleh *OECD* terdiri dari lima aspek yaitu *transparency*, *accountability*, *responsibility*, *independency*, dan *fairness* atau disingkat dengan “*TARIF*” (Natalylova, 2013):

1. *Transparency*, dapat diartikan sebagai keterbukaan informasi, baik dalam proses pengambilan keputusan maupun dalam mengungkapkan informasi material dan relevan mengenai perusahaan.
2. *Accountability*, adalah kejelasan fungsi, struktur, sistem, dan pertanggungjawaban organ perusahaan sehingga pengelolaan perusahaan terlaksana secara efektif. Dengan kata lain, prinsip ini menegaskan

bagaimana bentuk pertanggungjawaban manajemen kepada perusahaan dan para pemegang saham.

3. *Responsibility*, pertanggungjawaban perusahaan adalah kesesuaian (kepatuhan) di dalam pengelolaan perusahaan terhadap prinsip korporasi yang sehat serta peraturan perundangan yang berlaku.
4. *Independency* atau kemandirian adalah suatu keadaan dimana prinsip ini menekankan bahwa pengelolaan perusahaan harus secara profesional tanpa benturan kepentingan dan pengaruh atau tekanan dari pihak manapun, sehingga dalam pengambilan keputusan tidak akan ada tekanan atau pengaruh dari pihak manapun dan dapat menghasilkan keputusan yang objektif.
5. *Fairness* (kesetaraan dan kewajaran) yaitu perlakuan adil dan setara didalam memenuhi hak-hak *stakeholder* yang timbul berdasarkan perjanjian serta peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Penerapan *GCG* di kawasan negara Asia Timur mengalami kemajuan berarti. Paling tidak pada temuan awal terdapat berbagai dinamika penerapan *GCG* pada korporasi, sebagaimana terlihat dalam survei yang dilakukan oleh *East Asia CG Scorecard* pada 2012. *Asean CG Scorecard* melakukan survei untuk yang kedua kalinya, yakni seputar Persepsi Investor Korporat soal praktik *GCG*. Sebanyak 25 Investor-17 *fund manager* dan 8 analis-berpartisipasi dalam survei. Survei ini terdiri dari dua bagian: sepuluh pertanyaan tentang kualitas *GCG*, dan dua pertanyaan tentang identitas responden (Daniri, 2014). Hasil dari survei tersebut dapat dilihat dalam Tabel 2.1 dan Gambar 2.1 sebagai berikut:

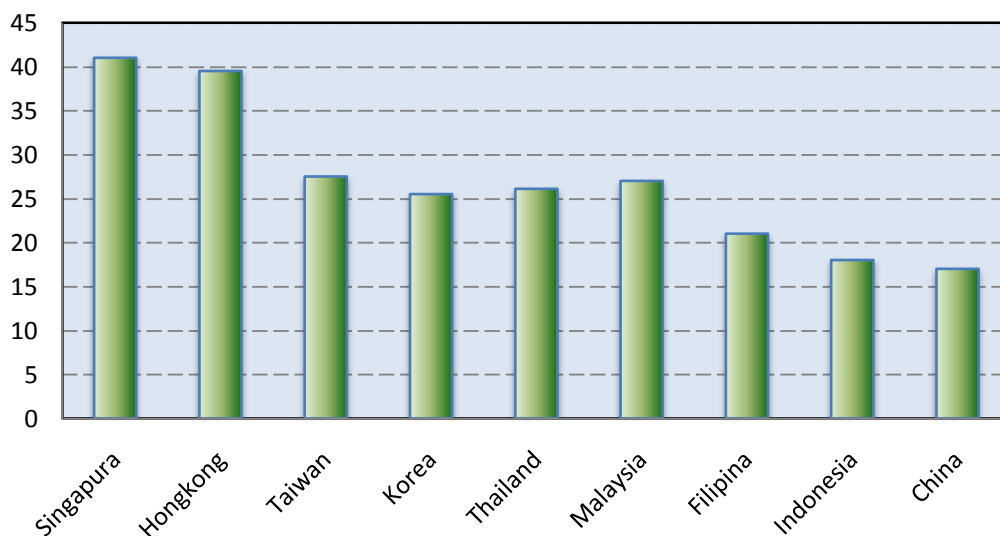


**Tabel 2.1**  
*Corporate Governance Rules and Regulation*

<i>Rank</i>	<i>Rights of Shareholders</i>	<i>Equitable Treatment of Shareholders</i>	<i>Role of Shareholders</i>	<i>Disclosure and Transparency</i>	<i>Board Responsibilities</i>
1	Taiwan	Singapore	Thailand	Philippines	Philippines
2	Philippines	Thailand	China	China	China
3	Singapore	China	<b>Indonesia</b>	South Korea	Malaysia
4	Hong Kong	<b>Indonesia</b>	South Korea	Taiwan	Thailand
5	<b>Indonesia</b>	Taiwan	Philippines	Thailand	Hong Kong
6	Malaysia	South Korea	Singapore	Singapore	South Korea
7	South Korea	Hong Kong	Taiwan	Malaysia	Taiwan
8	Thailand	Malaysia	Hong Kong	<b>Indonesia</b>	<b>Indonesia</b>
9	China	Philippines	Malaysia	Hong Kong	Singapore

(Sumber: Daniri, 2014)

**Gambar 2.1**  
*Tabel Survey Investors Perceptions of Corporate Governance Practices*



(Sumber: Daniri, 2014)

Dua survei *corporate governance* di Sembilan negara Asia Timur mengungkapkan adanya kesenjangan yang signifikan antara peraturan dan praktik di sembilan negara. Filipina dan China tampaknya mematuhi paling dekat dengan

prinsip-prinsip *corporate governance* sebagaimana ditetapkan oleh *OECD*, sementara Singapura dan Indonesia (atau Hongkong) mendapat penilaian paling buruk dalam melaksanakan reformasi *corporate governance*. Dalam hal persepsi analis dan *fund manager*, Singapura dan Hong Kong menduduki peringkat tertinggi dalam kualitas *corporate governance* mereka, sementara China dan Indonesia tampil relatif buruk. Tidak ada hubungan yang signifikan antara aturan dan peraturan yang berkaitan dengan *corporate governance* dan bagaimana *corporate governance* yang benar-benar dipraktekkan (Daniri, 2014).

Prinsip *GCG* merupakan cikal bakal pembentukan *CSR*. Perseroan yang melaksanakan konsep *GCG* juga harus melaksanakan konsep *CSR*, kedua konsep tersebut kini bukan lagi suatu tanggung jawab biasa (*responsibility*), tetapi juga merupakan suatu kewajiban hukum (*liability*) yang memiliki sanksi hukum jika tidak dilaksanakan dengan baik (Untung, 2014). Menurut Urip (2014), keberhasilan *CSR* yang didasari atas tata kelola perusahaan yang baik (*GCG*) secara internal (*HSE*) maupun eksternal (Pemasaran produk/*Marketing*+*CSR*=*Sustainable Marketing*, Pelestarian Lingkungan/Pengembangan Komunitas+*CSR*=*Operation License*/mitigasi reputasi, *Supply Chain*+*CSR*=*Value Chain*) akan mendukung strategi perusahaan serta mitigasi citra/reputasi perusahaan. Pada akhirnya juga akan menaikkan daya saing perusahaan serta menghasilkan pertumbuhan yang berkelanjutan untuk perusahaan maupun masyarakat sekeliling, termasuk juga secara tidak langsung dampak positif terhadap regulator (pemerintah). Dalam hal perusahaan sudah dapat disebut sebagai telah mencapai posisi sebagai *Good Corporate Citizen (GCC)*.

## 2.8 Ukuran Dewan Komisaris

Secara umum di berbagai belahan dunia, ada dua struktur kepengurusan perusahaan. Pertama, dikenal dengan *one board system* atau *unitary board system*. Pada sistem ini, para pimpinan dan Direksi perusahaan bertemu hanya dalam satu dewan. Kedua, *two board system*, yang terdiri dari dewan pengawas perusahaan (di Indonesia dikenal sebagai Dewan Komisaris) serta Direksi yang mempunyai tugas, fungsi dan wewenang pengelolaan perusahaan terpisah dari dewan pengawas perusahaan tadi. Perbedaan kedua sistem ini tentu saja berpengaruh pada cara kerja Direksi dalam menjalankan tugas dan fungsinya. Kedua sistem memang memiliki perbedaan mendasar. Pada *one board system* tugas memilih dan mengangkat anggota *board* ada pada Rapat Umum Pemegang Saham. Para anggota *board* yang telah berhasil dipilih lewat RUPS tadi kemudian bertugas dan memiliki wewenang untuk memilih, mengangkat, mengawasi dan sekaligus dapat mengenakan sanksi dan hukuman kepada *CEO* atau sering dikenal sebagai pimpinan utama perusahaan dan para senior lainnya. Sedangkan pada *two board system*, forum Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) memiliki tugas dan wewenang untuk memilih, mengangkat, mengawasi, dan memberhentikan anggota Dewan Komisaris dan Direksi. Selanjutnya para anggota Dewan Komisaris terpilih ini memiliki tugas dan wewenang untuk mengawasi dan memberikan nasehat kepada Direksi yang akan memimpin jalannya roda perusahaan sehari-hari (Daniri, 2014).

Dewan komisaris merupakan wakil *shareholder* dalam entitas bisnis yang berbadan hukum Perseroan Terbatas (PT) yang berfungsi mengawasi pengelolaan

perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen (direksi), dan bertanggung jawab untuk menentukan apakah manajemen memenuhi tanggung jawab mereka dalam mengembangkan dan menyelenggarakan pengendalian intern perusahaan (Mulyadi, 2002 dalam Nur dan Priantinah, 2012). Sedangkan menurut Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) pasal 1 butir 6 menyatakan bahwa dewan komisaris adalah organ perseroan yang bertugas melakukan pengawasan secara umum dan/atau khusus sesuai dengan anggaran dasar serta memberi nasihat kepada direksi. Pasal 108 ayat 2 pada UU PT juga mencantumkan bahwa pengawasan dan pemberian nasihat yang dilakukan oleh Dewan Komisaris tidak untuk kepentingan pihak atau golongan tertentu, tetapi untuk kepentingan Perseroan secara menyeluruh dan sesuai dengan maksud dan tujuan Perseroan. Dalam pasal 80 Undang-undang No. 8 Tahun 1995 mengenai Pasar Modal, mengatur tentang tanggung jawab atas pemberian informasi yang tidak benar atau menyesatkan. Pasal tersebut juga menyatakan bahwa dewan komisaris sebagai pihak yang turut bertanggung jawab, bila ikut menandatangani setiap dokumen yang berhubungan dengan penyampaian informasi kepada publik dalam rangka pernyataan pendaftaran.

Fungsi utama dewan komisaris adalah fungsi pengawasan. Dewan komisaris tidak boleh ikut serta dalam mengambil keputusan operasional. Jika dewan komisaris melakukan pengambilan keputusan di perusahaan, maka keputusan tersebut dilakukan dalam fungsinya sebagai pengawas dan penasihat, sehingga tanggung jawab operasional tetap berada pada dewan direksi (KNKG, 2011).

Komite Nasional Kebijakan *Governance* (2011) menyebutkan prinsip-prinsip yang harus dipenuhi agar pelaksanaan tugas dewan komisaris berjalan efektif yaitu:

1. Komposisi Anggota Dewan Komisaris harus dapat menjamin berjalannya mekanisme *check and balance* sehingga pengambilan keputusan dapat dilakukan secara efektif, tepat, dan cermat, serta independen.
2. Anggota Dewan Komisaris harus profesional yaitu berintegritas dan memiliki kemampuan sehingga dapat menjalankan fungsinya dengan baik termasuk memastikan bahwa Direksi telah memperhatikan kepentingan semua pemangku kepentingan.
3. Fungsi pengawasan dan pemberian nasihat Dewan Komisaris kepada Direksi mencakup tindakan pencegahan, perbaikan, sampai kepada pemberhentian sementara.

Dewan Komisaris (DK) adalah banyaknya jumlah anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan. Pengukuran dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Nur dan Priantinah, 2012):

$$DK = \sum \text{Dewan Komisaris}$$

Keterangan:

DK : Ukuran Dewan Komisaris

$\sum$  : Total anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan

Jumlah serta komposisi dewan komisaris Dewan Komisaris harus disusun sedemikian rupa, sehingga memungkinkan pengambilan keputusan berjalan efektif, benar, dan cepat. Selain itu, komposisi dewan ini juga harus cukup ideal sehingga anggotanya dapat bertindak independen dan kritis. Jumlah anggota Dewan Komisaris sebaiknya ganjil untuk menghindari kebuntuan dalam pemungutan suara dan idealnya, mayoritas dari anggota Dewan Komisaris haruslah berasal dari kalangan luar (Daniri, 2014). Semakin besar ukuran dewan komisaris maka komposisi keahlian dan pengalaman yang dimiliki dewan komisaris akan semakin meningkat sehingga dapat melakukan aktivitas *monitoring* yang lebih baik (Akhtarudin *et al.*, 2009 dalam Badjuri, 2011).

## **2.9 Pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure***

Dewan komisaris adalah wakil *shareholder* dalam perusahaan. Dengan wewenang yang dimiliki, dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen untuk mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial. Perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial (Wijaya, 2012).

Melalui peran *monitoring* dewan komisaris, perusahaan dapat berjalan sesuai dengan peraturan yang berlaku dan terjaga kelangsungan hidupnya (Sulastini, 2007 dalam Badjuri, 2011). Dengan wewenang yang dimiliki, dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen agar mengungkapkan informasi *CSR* lebih banyak, sehingga dapat

dijelaskan bahwa perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris yang lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan *CSR*. Sebagai wakil dari *principal* di dalam perusahaan, dewan komisaris dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial karena dewan komisaris merupakan pelaksana tertinggi di dalam entitas. Dengan mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan, maka *image* perusahaan akan semakin baik (Gray *et al.*, 1988 dalam Nur dan Priantinah, 2012).

Semakin besar ukuran dewan komisaris maka komposisi keahlian dan pengalaman yang dimiliki dewan komisaris akan semakin meningkat sehingga dapat melakukan aktivitas *monitoring* yang lebih baik (Akhtarudin *et al.*, 2009 dalam Badjuri, 2011). Dengan *monitoring* yang lebih baik maka diharapkan pengungkapan informasi *CSR* dapat lebih luas karena meminimalkan kemungkinan informasi yang ditutupi (Badjuri, 2011). Sedangkan menurut Sembiring (2005) dalam Ramdhaningsih dan Utama (2013), jumlah anggota dewan komisaris makin besar, maka pengawasan yang dilakukan tentunya semakin efektif sehingga tekanan terhadap manajemen akan semakin besar dalam hal pengungkapan *CSR*.

Hasil penelitian Priantana dan Yustian (2011) menyimpulkan bahwa ukuran dewan komisaris secara individual berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan *CSR*. Penelitian Nur dan Priantinah (2012) menyimpulkan bahwa dewan komisaris menunjukkan pengaruh yang signifikan dan negatif terhadap pengungkapan *CSR*. Hasil penelitian Ramdhaningsih dan Utama (2013) menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh negatif dan tidak

signifikan pada pengungkapan *CSR*. Sedangkan penelitian Terzaghi (2012) menghasilkan bahwa ukuran dewan komisaris mempunyai pengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Berdasarkan landasan teori tersebut, hipotesis alternatif terkait ukuran dewan komisaris dan *Corporate Social Responsibility Disclosure* adalah:

Ha<sub>3</sub>: Karakteristik *Good Corporate Governance* yang diproksikan dengan ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

## **2.10 Dewan komisaris independen**

Peranan dewan komisaris dapat dilihat dari karakteristik dewan, salah satunya adalah komposisi keanggotaannya. Efektivitas fungsi pengawasan dewan tercermin dari komposisinya, apakah pengangkatan anggota dewan berasal dari dalam perusahaan dan/atau dari luar perusahaan. Komposisi keanggotaan dewan, dalam hal ini semakin besar persentase anggota yang berasal dari luar perusahaan (komisaris independen) akan menjadikan peranan dewan komisaris semakin efektif dalam melaksanakan fungsi pengawasan terhadap pengelolaan perusahaan, karena dianggap semakin independen. Di Indonesia, anggota dewan yang berasal dari luar perusahaan menggunakan terminologi komisaris “ekstern” atau “independen” (Nuryaman, 2009).

Menurut Setyapurnama dan Norpratiwi (2004) dalam Sudana dan Arlindania (2011) terdapat tiga elemen penting yang akan mempengaruhi tingkat efektivitas dewan komisaris yaitu independensi, kompetensi, dan komitmen.



Independensi diharapkan timbul dengan keberadaan komisaris independen. Kompetensi tercipta dengan adanya komite-komite yang dibentuk dewan komisaris, terutama komite audit. Keberadaan komisaris independen dimaksudkan untuk menciptakan iklim yang lebih objektif, independen, menjaga keterbukaan serta mampu memberikan keseimbangan antara kepentingan pemegang saham mayoritas dan perlindungan terhadap kepentingan pemegang saham minoritas.

Dalam keputusan ketua BAPEPAM-LK Nomor Kep-643/BL/2012 tentang Pembentukan dan Pedoman Pelaksanaan Kerja Komite Audit menyatakan bahwa komisaris independen adalah anggota komisaris (1) bukan merupakan orang yang bekerja atau mempunyai wewenang dan tanggung jawab untuk merencanakan, memimpin, mengendalikan, atau mengawasi kegiatan emiten atau perusahaan publik tersebut dalam waktu 6 (enam) bulan terakhir; (2) tidak mempunyai saham baik langsung maupun tidak langsung pada emiten atau perusahaan publik tersebut; (3) tidak mempunyai hubungan afiliasi dengan emiten atau perusahaan publik, anggota dewan komisaris, anggota direksi, atau pemegang saham utama emiten atau perusahaan publik tersebut; dan (4) tidak mempunyai hubungan usaha baik langsung maupun tidak langsung yang berkaitan dengan kegiatan usaha emiten atau perusahaan publik tersebut.

Dewan komisaris diharapkan untuk bertindak independen dan kritis, baik antara satu sama lain, maupun terhadap Direksi. Independen disini berarti Komisaris bukan sekadar *rubberstamp* dari Direksi tetapi aktif dalam mempertimbangkan (*review*) bahkan mengkritisi (*challenge*) kebijakan strategik

Direksi; dengan kata lain Komisaris harus mampu untuk memberikan pandangan yang bersifat independen terhadap direksi (Daniri, 2014).

Sedangkan menyangkut komposisi Komisaris dalam sistem *two boards*, dianjurkan agar didominasi para Komisaris Independen, sehingga mereka dapat lebih efektif dalam menjalankan fungsinya – melindungi kepentingan pemegang saham (Daniri, 2014). Berdasarkan Peraturan Pencatatan Efek No. 1-A PT Bursa Efek Jakarta (sekarang PT Bursa Efek Indonesia) mengenai Ketentuan Umum Pencatatan Efek yang Bersifat Ekuitas di Bursa menyatakan bahwa jumlah komisaris independen haruslah proporsional sebanding dengan jumlah saham yang dimiliki oleh pihak yang bukan merupakan pemegang saham pengendali, dengan ketentuan bahwa jumlah komisaris independen sekurang-kurangnya 30% (tiga puluh persen) dari seluruh jumlah anggota komisaris. Menurut Nuryaman (2009), proporsi dewan komisaris independen merupakan hasil perhitungan dengan membandingkan jumlah komisaris independen terhadap jumlah total anggota komisaris:

$$\text{Proporsi komisaris independen} = \frac{\text{Jumlah komisaris independen}}{\text{Total dewan komisaris}}$$

## **2.11 Pengaruh dewan komisaris independen terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure***

Ratnasari dan Prastiwi (2010) dalam Santioso dan Chandra (2012) berpendapat bahwa keberadaan komisaris independen diharapkan dapat bersikap netral

terhadap segala kebijakan yang dibuat oleh direksi. Keberadaan dewan komisaris independen tidak terpengaruh oleh manajemen. Oleh karena itu mereka cenderung mendorong perusahaan untuk mengungkapkan informasi yang lebih luas kepada para *stakeholdernya*. Dengan demikian, semakin besar proporsi dewan komisaris dalam perusahaan dapat mendorong pengungkapan informasi sosial dan lingkungan yang lebih luas. Menurut Midiastuty dan Mahfoedz (2003) dalam Priantana dan Yustian (2011), komposisi dewan komisaris merupakan salah satu karakteristik dewan yang berhubungan dengan perannya dalam menjalankan fungsi pengawasan, komposisi dewan dapat mempengaruhi pihak manajemen dalam menyusun laporan keuangan sehingga dapat diperoleh suatu laporan yang berkualitas. Melalui peranan dewan dalam melakukan fungsi pengawasan terhadap operasional perusahaan oleh pihak manajemen, komposisi dewan komisaris dapat memberikan kontribusi yang efektif terhadap hasil dari proses penyusunan laporan keuangan yang berkualitas atau kemungkinan terhindar dari kecurangan laporan keuangan.

Barnhart dan Rosenstein (1998) dalam Nuryaman (2009) membuktikan bahwa semakin tinggi perwakilan dari *outside director*, maka semakin tinggi independensi dan efektivitas dewan komisaris dalam menjalankan perannya. Selain itu, komisaris independen dapat berfungsi untuk menyalurkan kepentingan para pemegang saham dalam rangka melindungi hak-hak pemegang saham minoritas. Menurut Sudana dan Arlindania (2011), kedudukan dewan komisaris independen di perusahaan merupakan perwakilan dari masyarakat sehingga komisaris independen akan mendukung kegiatan-kegiatan perusahaan dalam melaksanakan

*corporate social responsibility* yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar perusahaan dan mengungkapkannya di laporan tahunan perusahaan.

Penelitian Priantana dan Yustian (2011) menghasilkan bahwa komposisi dewan komisaris secara individual berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan CSR. Penelitian Sudana dan Arlindania (2011) juga menyimpulkan bahwa komposisi dewan komisaris independen memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan penelitian Ramdhaningsih dan Utama (2013) menunjukkan bahwa komisaris independen berpengaruh negatif dan tidak signifikan pada pengungkapan CSR.

Berdasarkan landasan teori tersebut, hipotesis alternatif terkait dewan komisaris independen dan *Corporate Social Responsibility Disclosure* adalah:

Ha<sub>4</sub>: Karakteristik *Good Corporate Governance* yang diproksikan dengan dewan komisaris independen berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

## **2.12 Komite Audit**

Ikatan Komite Audit Indonesia (IKAI) dalam Effendi (2009) mendefinisikan komite audit sebagai berikut:

*“Suatu komite yang bekerja secara profesional dan independen yang dibentuk oleh dewan komisaris dan, dengan demikian, tugasnya adalah membantu dan memperkuat fungsi dewan komisaris (atau dewan pengawas) dalam menjalankan fungsi pengawasan (oversight) atas proses pelaporan keuangan, manajemen risiko, pelaksanaan audit dan implementasi dari corporate governance di perusahaan-perusahaan.”*

Komite audit merupakan komite yang membantu komisaris atau dewan pengawas dalam memastikan efektivitas sistem pengendalian internal dan efektivitas pelaksanaan tugas auditor eksternal dan internal (Alijoyo, 2003 dalam Priantana dan Yustian, 2011). Komite audit merupakan organ perusahaan yang menunjang dewan komisaris. Dewan komisaris membentuk komite audit untuk membantu melakukan pengawasan terhadap perusahaan. Tugas komite audit adalah sebagai berikut (KNKG, 2011):

1. Komite audit membantu dewan komisaris untuk memastikan bahwa:
  - a. Pengendalian internal dilaksanakan dengan baik.
  - b. Pelaksanaan audit internal maupun eksternal dilaksanakan sesuai dengan standar audit.
  - c. Laporan keuangan disajikan secara wajar sesuai dengan prinsip akuntansi.
2. Membantu dewan komisaris dalam memproses calon auditor eksternal, termasuk imbalan jasa.
3. Komite Audit diketuai oleh seorang Komisaris Independen dan anggotanya dapat terdiri dari anggota Dewan Komisaris dan/atau pihak luar yang independen yang memiliki keahlian, pengalaman serta kualitas lain yang diperlukan.

*Corporate Social Responsibility Disclosure* merupakan alat formal untuk memberikan manajemen puncak tentang temuan auditor yang signifikan serta rekomendasinya. Selain itu laporan yang dibuat untuk pihak manajemen eksekutif dan dewan komisaris melalui komite atau team audit memiliki dua tujuan yaitu

mengkomunikasikan apa yang telah dikerjakan oleh pemeriksaan *intern* (laporan kegiatan) dan menggambarkan apa yang telah ditemukan (Suyatmin dan Nursiam, 2003 dalam Natalylova, 2013).

Struktur keanggotaan komite audit telah diatur dalam Surat Edaran Bapepam No. SE-03/PM/2000 Tanggal 5 Mei 2000 yang menyatakan bahwa komite audit sekurang-kurangnya terdiri atas 3 (tiga) orang anggota, dan salah satu dari anggota tersebut merupakan komisaris independen emiten atau perusahaan publik yang sekaligus merangkap sebagai ketua audit. Anggota lainnya merupakan pihak ekstern yang independen, memiliki integritas, pengetahuan dan pengalaman yang memadai dalam bidang tugasnya serta salah satu diantaranya memiliki latar belakang pendidikan dibidang akuntansi dan/atau keuangan.

Komite audit diukur berdasarkan jumlah komite audit yang dimiliki oleh perusahaan (Badjuri, 2011) yaitu:

$$\text{Komite Audit} = \sum \text{komite audit yang dimiliki perusahaan}$$

Jumlah komite audit sangat penting bagi pengawasan dan pengendalian perusahaan sehingga dengan adanya komite audit pada suatu perusahaan maka akan menambah efektivitas pengawasan termasuk praktik dan pengungkapan lingkungan perusahaan, karena dengan semakin besarnya ukuran komite audit akan meningkatkan fungsi pengawasan terhadap pihak manajemen perusahaan (Ariningtika dan Kiswara, 2013).

## 2.13 Pengaruh komite audit terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Komite audit memiliki tugas untuk menelaah sistem laporan kepada pihak eksternal dan kepatuhan terhadap pihak eksternal. Keberadaan komite audit akan mendorong perusahaan untuk menerbitkan laporan yang lengkap dan berintegritas tinggi (Mulyadi, 2002 dalam Sari dan Marsono, 2013). Menurut Sembiring (2005) dalam Natalylova (2013), semakin besar ukuran komite audit maka pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan semakin luas. Hal ini dikarenakan semakin besar ukuran komite audit, maka peran komite audit dalam mengendalikan dan memantau manajemen puncak akan semakin efektif. Hal ini mengakibatkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan semakin luas.

Jumlah komite audit sangat penting bagi pengawasan dan pengendalian perusahaan sehingga dengan adanya komite audit pada suatu perusahaan maka akan menambah efektifitas pengawasan termasuk praktik pengungkapan lingkungan perusahaan. Ukuran komite audit yang lebih besar diharapkan dapat menjaga kinerja yang lebih baik (Ariningtika dan Kiswara, 2013).

Hasil penelitian Ariningtika dan Kiswara (2013) menunjukkan ukuran komite audit memiliki hubungan positif dan memiliki nilai signifikan. Penelitian Sembiring (2005) dalam Natalylova (2013) juga menemukan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara ukuran komite audit dengan pengungkapan tanggung jawab sosial. Hasil penelitian Susanti dan Riharjo (2013) menunjukkan bahwa ukuran komite audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan *CSR* perusahaan.

Berdasarkan landasan teori tersebut, hipotesis alternatif terkait ukuran komite audit dan *Corporate Social Responsibility Disclosure* adalah:

Ha<sub>5</sub>: Karakteristik *Good Corporate Governance* yang diproksikan dengan komite audit berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

## 2.14 Kepemilikan Institusional

Perusahaan umumnya berinvestasi dalam hutang atau surat berharga saham untuk satu dari tiga alasan. Pertama, perusahaan memiliki kelebihan kas yang tidak dibutuhkan untuk pembelian aset operasi. Saat menginvestasikan kelebihan kas untuk periode waktu jangka pendek, perusahaan menginvestasikan dalam *low-risk, highly liquid securities*-biasanya berupa surat berharga pemerintah jangka pendek. Alasan kedua perusahaan berinvestasi adalah untuk mendapatkan pendapatan dari laba investasi. Ketiga, perusahaan juga berinvestasi untuk alasan strategis. Perusahaan dapat memengaruhi *customer* atau *supplier* dengan membeli yang signifikan, *not controlling*, kepentingan dalam perusahaan. Atau perusahaan dapat membeli *non-controlling interest* pada perusahaan lain dalam industri yang berhubungan. Perusahaan juga dapat memilih untuk membeli *controlling interest* pada perusahaan lain. Pembelian yang dilakukan untuk memasuki industri baru tanpa menimbulkan biaya dan risiko yang tinggi dalam memulai dari awal. Atau, perusahaan dapat membeli perusahaan lainnya yang memiliki industri yang sama (Weygandt, Kimmel, dan Kieso, 2013). Alasan inilah yang menimbulkan banyak institusi yang berinvestasi pada suatu perusahaan sehingga menyebabkan terjadinya kepemilikan institusi dalam struktur pemegang saham.



Kepemilikan institusional merupakan kepemilikan saham oleh investor institusional yang dapat dilihat dari proporsi saham yang dimiliki institusi dalam perusahaan (Hanafi, 2003 dalam Priantana dan Yustian, 2011). Menurut Rustiarini (2011), investor institusional umumnya merupakan pemegang saham yang cukup besar karena memiliki pendanaan yang besar. Tingkat kepemilikan institusional yang tinggi menimbulkan usaha pengawasan yang lebih besar untuk menghalangi perilaku *opportunistic* manajer.

Institusi merupakan sebuah lembaga yang memiliki kepentingan besar terhadap investasi yang dilakukan termasuk investasi saham. Sehingga biasanya institusi menyerahkan tanggung jawab pada divisi tertentu untuk mengelola investasi perusahaan tersebut. Karena institusi memantau secara profesional perkembangan investasinya maka tingkat pengendalian terhadap tindakan manajemen sangat tinggi sehingga potensi kecurangan dapat ditekan (Murwaningsari, 2009). Investor institusi diyakini memiliki kemampuan untuk memonitor tindakan manajemen lebih baik dibandingkan dengan investor individual, dimana investor institusional tidak akan mudah diperdaya dengan tindakan manipulasi yang dilakukan oleh manajemen (Rachmawati dan Triatmoko, 2007 dalam Juniarti dan Sentosa, 2009).

Jenis investor ini menaruh kepentingan dan tekanan yang lebih besar atas dilakukannya kepedulian sosial oleh perusahaan dimana mereka berinvestasi. Kebanyakan dari investor institusional ini menaruh prioritas kepada perusahaan yang dapat menghasilkan keuntungan tetapi dengan tetap memperhatikan dan mengadakan aktivitas-aktivitas untuk meningkatkan kualitas hidup. Mereka

biasanya menambahkan kriteria ini dalam keputusannya untuk membeli saham (Anggono dan Handoko, 2009). Ashbaugh *et al.* (2004) dalam Juniarti dan Sentosa (2009) menyatakan bahwa investor institusional memiliki peranan yang penting dalam menciptakan sistem *corporate governance* yang baik dalam suatu perusahaan, dimana mereka dapat secara independen mengawasi tindakan manajemen dan memiliki *voting power* untuk mengadakan perubahan pada saat manajemen sudah dianggap tidak efektif lagi dalam mengelola perusahaan.

Proporsi kepemilikan saham institusional diukur berdasarkan persentase kepemilikannya (Murwaningsari, 2009):

$$\% \text{ Kepemilikan Institusional} = \frac{\text{Jumlah saham institusional}}{\text{Jumlah saham yang beredar}}$$

Kepemilikan saham institusional merupakan persentase kepemilikan saham perusahaan yang dimiliki oleh investor institusional seperti pemerintah, perusahaan investasi, bank, perusahaan asuransi maupun kepemilikan lembaga dan perusahaan lain (Juniarti dan Sentosa, 2009). Menurut Weygandt, Kimmel, dan Kieso (2013), jumlah saham yang beredar (*outstanding shares*) adalah: “*Shares that have been issued and are being held by shareholders.*” Dengan kepemilikan institusi di luar perusahaan dalam jumlah yang signifikan akan menyebabkan pihak luar mendorong mereka untuk menunjukkan kinerja yang lebih baik, dan melakukan pengelolaan secara transparan (Juniarti dan Sentosa, 2009).

## 2.15 Pengaruh kepemilikan institusional terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham perusahaan oleh institusi (badan). Tingkat kepemilikan institusional yang tinggi akan menimbulkan usaha pengawasan yang lebih besar oleh pihak investor institusional sehingga dapat menghalangi perilaku *opportunistic* manajer (Murwaningsih, 2009 dalam Natalylova, 2013).

Matoussi dan Chakroun (2008) dalam Rustiarini (2011) menyatakan bahwa perusahaan dengan kepemilikan institusional yang besar lebih mampu untuk memonitor kinerja manajemen. Investor institusional memiliki *power* dan *experience* serta bertanggungjawab dalam menerapkan prinsip *corporate governance* untuk melindungi hak dan kepentingan seluruh pemegang saham sehingga mereka menuntut perusahaan untuk melakukan komunikasi secara transparan. Dengan demikian, kepemilikan institusional dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas pengungkapan sukarela. Hal ini berarti kepemilikan institusional dapat mendorong perusahaan untuk meningkatkan pengungkapan *CSR*.

Investor institusional lebih menekankan pada keuntungan jangka panjang perusahaan dibanding keuntungan jangka pendek sehingga mereka sering memberi tekanan kepada manajemen untuk mengambil keputusan tidak hanya didasarkan pada keuntungan jangka pendek saja tetapi juga cara menaruh kepedulian dalam bidang-bidang sosial. Untuk itu perusahaan dan manajemen

dituntut untuk menginformasikan aktivitas sosial perusahaan terutama kepada investor institusional tersebut (Anggono dan Handoko, 2009).

Hasil penelitian Murwaningsari (2009) menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan *CSR*. Penelitian Anggraini (2006) dalam Rustiarini (2011) juga menghasilkan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian Setyarini dan Paramitha (2011) juga menunjukkan bahwa tingkat kepemilikan institusional perusahaan berpengaruh terhadap *CSR*. Penelitian Ramdhaningsih dan Utama (2013) menyimpulkan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh negatif dan signifikan pada pengungkapan *CSR*.

Berdasarkan landasan teori tersebut, hipotesis alternatif terkait kepemilikan institusional dan *Corporate Social Responsibility Disclosure* adalah:

Ha<sub>6</sub>: Karakteristik *Good Corporate Governance* yang diproksikan dengan kepemilikan institusional berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

## **2.16 Kepemilikan Manajerial**

Menurut Tim Studi Penerapan ESOP Emiten atau Perusahaan Publik di Pasar Modal Indonesia Bapepam (2002), sebagai bagian dari komunitas dunia, manajemen usaha perusahaan di Indonesia tidak terlepas dari pengaruh praktek manajemen yang ada di negara lain, khususnya negara-negara yang telah maju perkembangan manajemen usahanya. Salah satu praktek tersebut adalah diperkenalkannya suatu program manajemen sumber daya manusia berupa

program kepemilikan karyawan dalam saham perusahaan dimana karyawan tersebut bekerja. Program tersebut dikenal dengan nama Program Kepemilikan Saham oleh Karyawan (*Employee Stock Ownership Program/ESOP*). Berikut ini merupakan sarana-sarana untuk membuat kepemilikan saham oleh karyawan (*employee stock ownership*):

1. Pemberian Saham (*Stock Grants*)

Pendekatan paling sederhana adalah suatu perusahaan dapat menghibahkan saham perusahaan kepada karyawan-karyawan yang terpilih. Seringkali, hal ini dilakukan sebagai suatu bentuk kompensasi bonus sebagai penghargaan kepada karyawan atas kinerja yang tinggi, untuk mengenalkan pentingnya seorang karyawan kunci, atau sistem penggajian baru di suatu organisasi.

2. Program Pembelian Saham Oleh Karyawan (*Direct Employee Stock Purchase Plans*)

Program Pembelian Saham Oleh Karyawan memungkinkan karyawan membeli saham perusahaan dengan persyaratan yang menguntungkan.

Keputusan karyawan untuk membeli saham yang tersedia untuknya adalah sukarela.

3. Program Opsi Saham (*Stock Option Plans*)

Dalam program opsi saham, suatu perusahaan memberikan kepada karyawan secara perorangan hak kontraktual, atau opsi, untuk membeli suatu jumlah tertentu atas saham perusahaan sepanjang periode waktu

tertentu, membayar dengan harga yang ditetapkan pada saat tanggal pemberian.

4. *Employee Stock Ownership Plans (ESOPs)*

*ESOPs* merupakan suatu jenis program pension yang dirancang untuk menerima kontribusi perusahaan pada suatu pengelola dana (*fund*) yang akan melakukan investasi pada saham perusahaan untuk kepentingan karyawan.

5. *Phantom Stock and Stock Appreciation Rights (SARs)*

*Stock Appreciation Rights (SARs)* dan *Phantom Stock* adalah penanggungan kompensasi yang khusus dan alat kompensasi insentif yang dirancang untuk memberikan karyawan keuntungan ekonomis atas kepemilikan saham tanpa disertai terjadinya transfer saham sesungguhnya. Suatu program *SARs* merupakan sebuah hibah kepada seorang karyawan yang memberikannya hak pada suatu waktu tertentu di masa yang akan datang untuk menerima penghargaan berupa kas sebesar kenaikan dalam nilai dari sejumlah tertentu bagian saham perusahaan. *Phantom Shares* merupakan bagian-bagian dari nilai yang berkaitan dengan jumlah ekuivalen saham. Sebagaimana dengan *SARs*, nilai dari suatu penghargaan *Phantom Stock* biasanya dibayar kepada karyawan dengan kas, meskipun penghargaan tersebut dapat juga dalam bentuk saham.

Kepemilikan manajerial merupakan perwujudan dari prinsip transparansi dari *GCG*. Dalam mengelola perusahaan manajemen harus transparan agar tidak terjadi konflik kepentingan dengan para pemegang saham sebagai pemilik

(Juniarti dan Sentosa, 2009). Menurut Mehran (1992) dalam Juniarti dan Sentosa (2009), mengartikan kepemilikan manajerial sebagai proporsi saham biasa yang dimiliki oleh manajemen. Kepemilikan manajerial adalah para pemegang saham yang juga berarti dalam hal ini sebagai pemilik dalam perusahaan dari pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan pada suatu perusahaan yang bersangkutan (Downes dan Goodman, 1999 dalam Murwaningsari, 2009). Pihak-pihak tersebut adalah mereka yang duduk di dewan komisaris dan direktur perusahaan (Utami dan Prastiti, 2011). Kepentingan manajemen dan kepentingan pemegang saham mungkin bertentangan. Hal tersebut disebabkan manajer mengutamakan kepentingan pribadi, sebaliknya pemegang saham tidak menyukai kepentingan pribadi manajer tersebut, karena pengeluaran tersebut akan menambah biaya perusahaan yang menyebabkan penurunan keuntungan perusahaan dan penurunan dividen yang akan diterima (Murwaningsari, 2009).

Indikator yang digunakan untuk mengukur kepemilikan manajerial adalah persentase jumlah saham yang dimiliki pihak manajemen dari seluruh modal saham perusahaan yang beredar (Juniarti dan Sentosa, 2009). Proporsi kepemilikan saham manajerial diukur berdasarkan persentase kepemilikannya (Murwaningsari, 2009):

$$\% \text{ Kepemilikan Manajerial} = \frac{\text{Jumlah saham manajerial}}{\text{Jumlah saham yang beredar}}$$

Manajer yang memiliki saham perusahaan tentunya akan menselaraskan kepentingannya dengan kepentingan sebagai pemegang saham. Sementara

manajer yang tidak memiliki saham perusahaan, ada kemungkinan hanya mementingkan kepentingannya sendiri (Juniarti dan Sentosa, 2009).

## **2.17 Pengaruh kepemilikan manajerial terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure***

Jensen dan Meckling (1976) dalam Badjuri (2011) menemukan bahwa kepemilikan manajerial berhasil menjadi mekanisme untuk mengurangi masalah keagenan dari manajer dengan menyelaraskan kepentingan manajer dengan pemegang saham. Ross *et al.* (1999) dalam Badjuri (2011) menyatakan semakin besar proporsi kepemilikan manajerial pada perusahaan, maka manajemen cenderung lebih giat dalam menciptakan nilai untuk kepentingan pemegang saham yang tidak lain adalah dirinya sendiri. Struktur kepemilikan lebih banyak berada ditangan manajer, maka manajer akan lebih leluasa dalam mengatur melakukan pilihan-pilihan metode akuntansi, serta kebijakan-kebijakan *corporate social responsibility* perusahaan. Menurut Susanti dan Riharjo (2013), hubungan antara kepemilikan manajerial dengan pengungkapan *CSR*, dengan adanya kepemilikan manajerial yang diharapkan dapat mengurangi tindakan manajer dalam memanipulasi laba, dapat berhati-hati dalam pengambilan keputusan serta bentuk tanggung jawab terhadap pemegang saham dan juga masyarakat sekitar sehingga diharapkan manajer dapat juga mengungkapkan tanggung jawab sosial suatu perusahaan.

Kepemilikan manajerial menyebabkan berkurangnya tindakan oportunistik manajer untuk memaksimalkan kepentingan pribadi. Manajer perusahaan akan



mengambil keputusan sesuai dengan kepentingan perusahaan, yaitu dengan cara mengungkapkan informasi sosial yang seluas-luasnya untuk meningkatkan *image* perusahaan meskipun ia harus mengorbankan sumber daya untuk aktivitas tersebut (Anggraini, 2006 dalam Rustiarini, 2011). Menurut Rawi dan Muchlish (2010) dalam Ramdhaningsih dan Utama (2013) menunjukkan bahwa jika suatu perusahaan memiliki kepemilikan saham manajer yang tinggi, perusahaan akan mengambil keputusan sesuai dengan kepentingan perusahaan yaitu dengan cara mengungkapkan informasi sosial yang seluas-luasnya dalam rangka untuk meningkatkan reputasi perusahaan.

Hasil penelitian Priantana dan Yustian (2011) menyimpulkan bahwa kepemilikan manajerial secara individual berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *CSR*. Sedangkan penelitian Murwaningsari (2009) menyimpulkan bahwa terdapat hubungan positif antara kepemilikan manajerial dengan tingkat pengungkapan *CSR*. Penelitian Setyarini dan Paramitha (2011) juga menghasilkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan penelitian Ramdhaningsih dan Utama (2013) menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh negatif dan signifikan pada pengungkapan *CSR*.

Berdasarkan landasan teori tersebut, hipotesis alternatif terkait kepemilikan manajerial dan *Corporate Social Responsibility Disclosure* adalah:

Ha<sub>7</sub>: Karakteristik *Good Corporate Governance* yang diproksikan dengan kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

## **2.18 Pengaruh ukuran perusahaan, umur perusahaan, karakteristik *Good Corporate Governance* yang diproksikan dengan ukuran dewan komisaris, dewan komisaris independen, komite audit, kepemilikan institusional, dan kepemilikan manajerial berpengaruh secara simultan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure***

Penelitian Anggono dan Handoko (2009) menunjukkan bahwa profitabilitas, kepemilikan institusional, kepemilikan asing dan ukuran perusahaan (variabel kontrol) secara bersama-sama memengaruhi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan pertambangan yang *listing* di BEI. Hasil penelitian Rustiarini (2011) menunjukkan bahwa variabel kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan kepemilikan asing secara bersama-sama berpengaruh pada pengungkapan *CSR*.

Penelitian Setyarini dan Paramitha (2011) menghasilkan bahwa variabel kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan jumlah dewan komisaris independen berpengaruh simultan terhadap pengungkapan *CSR*. Hasil penelitian Susanti dan Riharjo (2013) menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, kepemilikan saham asing, ukuran dewan komisaris independen, ukuran komite audit, dan kepemilikan saham terkonsentrasi berpengaruh secara simultan terhadap *CSR*.

Penelitian Terzaghi (2012) menunjukkan bahwa variabel independen *earning management*, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, ukuran

dewan komisaris, komposisi dewan komisaris, komite audit, dan *profile* secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel *Corporate Social Responsibility Disclosure Index*. Hasil penelitian Ramdhaningsih dan Utama (2013) menunjukkan variabel ukuran dewan komisaris, komisaris independen, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan profitabilitas secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel pengungkapan *CSR*.

Penelitian Sari dan Marsono (2013) menghasilkan bahwa variabel profitabilitas, likuiditas, *leverage*, analisis aktivitas, ukuran perusahaan, komite audit, dewan direksi, dewan komisaris independen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel pengungkapan *sustainability report*. Hasil penelitian Purnasari dan Murtini (2013) menunjukkan variabel *size*, umur perusahaan, *ROE*, ukuran dewan komisaris, dan *leverage* secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap *CSR* perusahaan manufaktur di Indonesia.

Berdasarkan landasan teori tersebut, hipotesis alternatif terkait ukuran perusahaan, umur perusahaan, serta karakteristik *Good Corporate Governance* yang diproksikan dengan ukuran dewan komisaris, dewan komisaris independen, komite audit, kepemilikan institusional, dan kepemilikan manajerial dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure* adalah:

Ha<sub>8</sub>: Ukuran perusahaan, umur perusahaan, serta karakteristik *Good Corporate Governance* yang diproksikan dengan ukuran dewan komisaris, dewan komisaris independen, komite audit, kepemilikan institusional, dan kepemilikan manajerial berpengaruh secara simultan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

