

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

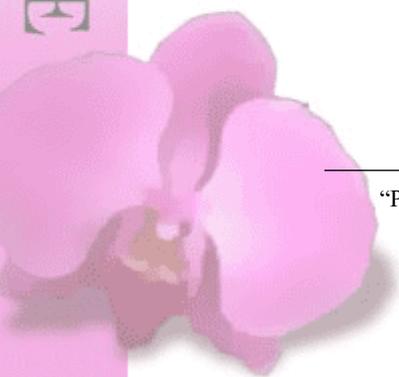
2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori *Stakeholder*

Pengenalan terhadap konsep lingkungan organisasi perusahaan yang berkembang sejalan dengan berkembangnya pendekatan sistem dalam manajemen, telah mengubah cara pandang manajer dan para ahli teori manajemen terhadap organisasi, terutama mengenai bagaimana suatu organisasi perusahaan dapat mencapai tujuannya secara efektif. Terjadinya pergeseran orientasi di dalam dunia bisnis dari shareholders kepada stakeholders telah disebut sebagai penyebab munculnya isu tanggung jawab sosial perusahaan.

Stakeholders merupakan orang atau kelompok orang yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh berbagai keputusan, kebijakan, maupun operasi perusahaan. Menurut Jones dalam Danu (2011) menjelaskan bahwa *stakeholders* dibagi dalam dua kategori, yaitu:

1. *Inside stakeholders*, terdiri atas orang-orang yang memiliki kepentingan dan tuntutan terhadap sumber daya perusahaan serta berada di dalam organisasi perusahaan. Pihak-pihak yang termasuk dalam kategori *inside stakeholders* adalah pemegang saham (*stockholders*), manajer, dan karyawan.
2. *Outside stakeholders*, terdiri atas orang-orang maupun pihak-pihak yang bukan pemilik perusahaan, bukan pemimpin perusahaan, dan bukan pula karyawan perusahaan, namun memiliki kepentingan terhadap perusahaan dan dipengaruhi oleh keputusan serta tindakan yang dilakukan oleh perusahaan. Pihak-pihak yang termasuk dalam kategori *outside*



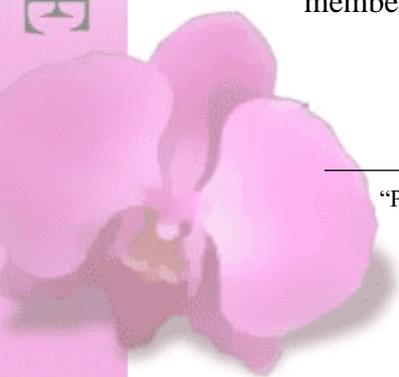
stakeholders adalah pelanggan (*customers*), pemasok (*supplier*), pemerintah, masyarakat lokal, dan masyarakat secara umum.

Teori *stakeholder* memberikan suatu pandangan perusahaan sebagai suatu *nexus of contract* (kumpulan kontrak-kontrak) dengan memasukkan investor dan non-investor sebagai *stakeholder* perusahaan.

Solihin (2008) menekankan pentingnya pengelola perusahaan untuk menyeimbangkan berbagai klaim yang bertentangan dari para pemangku kepentingan terhadap aktivitas yang dilakukan perusahaan. Sedangkan Dill (2010) lebih menekankan pentingnya memperhitungkan peran yang dapat dilakukan pemangku kepentingan dalam mempengaruhi keputusan yang dibuat oleh manajer perusahaan. Gray dkk dalam Januarti dan Apriyanti (2008) mengemukakan bahwa teori *stakeholder* mengasumsikan bahwa eksistensi suatu perusahaan memerlukan dukungan *stakeholder*, sehingga aktivitas perusahaan harus mempertimbangkan persetujuan dari *stakeholder*. Semakin kuat *stakeholder*, maka perusahaan harus semakin beradaptasi dengan *stakeholder*.

Pengungkapan sosial kemudian dipandang sebagai dialog antara perusahaan dengan *stakeholder*. Pendekatan *stakeholder*, membuat organisasi memilih untuk menanggapi banyak tuntutan yang dibuat oleh para pihak yang berkepentingan (*stakeholder*), yaitu setiap kelompok dalam lingkungan luar organisasi yang terkena tindakan dan keputusan organisasi. Menurut pendekatan ini, suatu organisasi akan berusaha untuk memenuhi tuntutan lingkungan dari kelompok-kelompok seperti para karyawan, pemasok, dan investor serta masyarakat.

Menurut Heal dan Garret (2008) menunjukkan bahwa aktivitas CSR dapat menjadi elemen yang menguntungkan sebagai strategi perusahaan, memberikan kontribusi kepada manajemen risiko dan memelihara hubungan yang dapat memberikan keuntungan jangka panjang perusahaan, sehingga berdasarkan

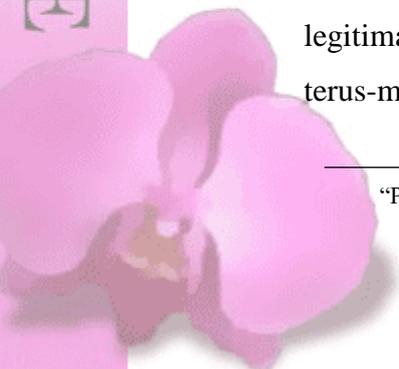


stakeholders theory peneliti menduga bahwa terdapat pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan. (Irawan, 2011)

2.1.2 Teori Legitimasi

Teori legitimasi merupakan suatu sistem yang mengutamakan kepentingan masyarakat atau lebih memihak kepada masyarakat. Teori legitimasi juga sangat berkaitan erat dengan terwujudnya kesesuaian antara sistem nilai suatu perusahaan dengan sistem nilai yang dianut oleh masyarakat. Ardianto dan Machfudz (2011) menyatakan bahwa legitimasi masyarakat merupakan salah satu faktor strategis bagi perusahaan untuk mengembangkan perusahaan. Legitimasi merupakan “....a systems-oriented view of organisation and society ...permits us to focus on the role of information and disclosure in the relationship between organisations, the state, indivisuals and group” (Gray et. al, 1996 dalam Nor Hadi, 2011: 88). Dari pernyataan tersebut, dapat diketahui bahwa legitimasi sebagai bentuk sistem pengelolaan perusahaan yang memiliki orientasi keberpihakan terhadap masyarakat, pemerintah, individu, serta kelompok masyarakat. Untuk mendapatkan legitimasi dari suatu kelompok atau masyarakat, perusahaan memiliki kontrak untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai *justice* dan perusahaan berusaha untuk menanggapi pula berbagai kelompok kepentingan (Haniffa dan Cooke, 2005).

Tentunya untuk dapat melaksanakan hal tersebut dibutuhkan komunikasi yang efektif antara perusahaan dengan masyarakat yang dapat diwujudkan melalui pengungkapan informasi tambahan yang lebih bersifat pendukung dan kebanyakan bersifat sukarela yakni dengan pembuatan laporan keberlanjutan. Dengan dibuatnya laporan ini maka akan mempermudah perusahaan dalam memperoleh nilai positif dan legitimasi dari masyarakat. Hasilnya, menurut Lehman dalam Guthrie dan Parker (1989) dalam usahanya untuk memperoleh legitimasi melalui pengungkapan, diharapkan perusahaan pada akhirnya akan terus-menerus eksis. Sebaliknya, jika perusahaan gagal dalam memenuhi harapan



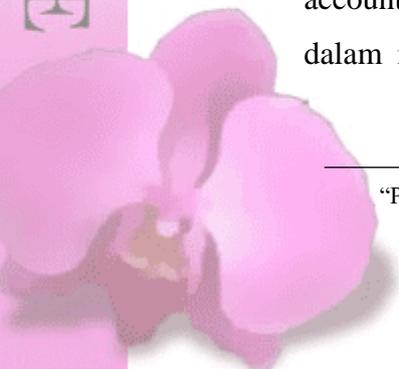
masyarakat, maka masyarakat dapat memberikan suatu sanksi terhadap perusahaan. Hal ini juga didukung oleh pernyataan Deegan dan Rankin (1996) bahwa teori legitimasi menyatakan organisasi tidak hanya memperhatikan hak - hak investor tetapi juga memperhatikan hak publik, serta dikarenakan kinerja lingkungan yang lemah dapat meningkatkan ancaman legitimasi sosial perusahaan maka perusahaan terdorong untuk melakukan pengungkapan dalam laporan tahunan (Patten, 2002).

2.1.3 CSR Disclosure

European Commission mendefinisikan CSR sebagai “suatu konsep di mana perusahaan memutuskan dengan sukarela untuk berkontribusi demi masyarakat yang lebih baik dan lingkungan yang lebih bersih.” Secara khusus, CSR menyarankan bahwa perusahaan mengidentifikasi kelompok pemegang kepentingan perusahaan dan memasukkan kebutuhan dan nilai-nilai mereka dalam proses pengambilan keputusan strategis dan operasional perusahaan (Hartman, 2011:155). Kegiatan CSR perusahaan yang diungkapkan perusahaan ini biasa disebut sebagai pengungkapan CSR (CSR Disclosure). CSR Disclosure ini dilaporkan perusahaan dalam laporan tahunan yang dinamakan sustainability report.

Menurut Annisa dan Nazar (2015) pengungkapan CSR merupakan bagian dari akuntansi pertanggungjawaban sosial kepada stakeholder. Perusahaan yang telah melaksanakan praktik CSR dapat mengungkapkan pelaksanaan CSR tersebut baik terintegrasi langsung dalam laporan tahunan maupun laporan terpisah yang sering disebut dengan sustainability report.

Gray et al., (2001) menyatakan bahwa CSR disclosure merupakan suatu proses penyedia informasi yang dirancang untuk mengemukakan masalah seputar social accountability, yang mana secara khas tindakan ini dapat dipertanggungjawabkan dalam media-media seperti laporan tahunan maupun dalam bentuk iklan yang



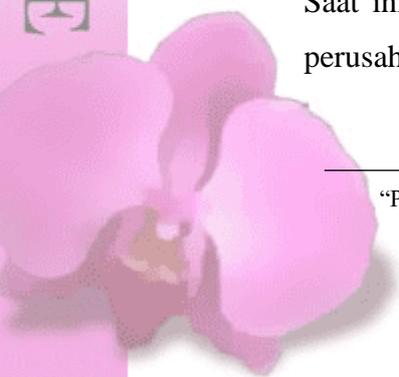
berorientasi sosial. Pengungkapan CSR merupakan pengungkapan suatu informasi mengenai aktivitas sosial yang dilakukan perusahaan yang diharapkan dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap perusahaan dan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan.

Menurut Hadi (2011) pengungkapan CSR dalam laporan tahunan dan/atau dalam sustainability report merupakan laporan aktivitas tanggungjawab sosial yang telah dilakukan perusahaan baik berkaitan dengan perhatian masalah dampak sosial maupun lingkungan. Laporan tersebut menjadi bagian yang tak terpisahkan dengan laporan tahunan yang dipertanggungjawabkan direksi di depan sidang Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Laporan ini berisi laporan program-program sosial dan lingkungan perseroan yang telah dilaksanakan selama tahun buku terakhir.

Di Indonesia, pengungkapan CSR diatur dalam Undang-undang Perseroan Terbatas No.40 tahun 2007 Pada pasal 66 ayat (2) yang menyebutkan bahwa semua perseroan wajib untuk melaporkan pelaksanaan tanggung jawab tersebut di Laporan Tahunan. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk menerapkan CSR dalam program kerjanya dan mengungkapkan CSR pada laporan tahunan perusahaan. Dengan mengungkapkan CSR perusahaan memang tidak akan mendapatkan profit atau keuntungan secara langsung, yang diharapkan dari kegiatan ini adalah benefit berupa citra perusahaan.

Standar pengungkapan CSR yang berkembang di Indonesia merujuk pada standar yang diterapkan GRI (Global Reporting Initiative). Standar GRI dipilih karena lebih memfokuskan pada standar pengungkapan sebagai kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas dan pemanfaatan sustainability reporting (www.globalreporting.org).

Saat ini standar GRI versi terbaru, yaitu G4 telah banyak digunakan oleh perusahaan di Indonesia. GRI-G4 menyediakan kerangka kerja yang relevan secara



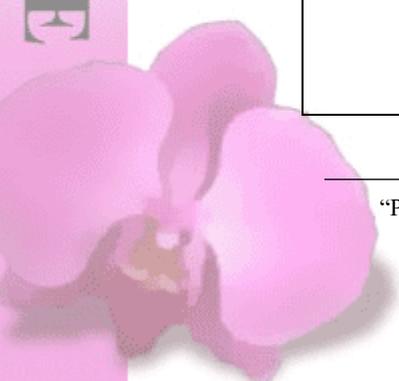
global untuk mendukung pendekatan yang terstandarisasi dalam pelaporan yang mendorong tingkat transparansi dan konsistensi yang diperlukan untuk membuat informasi yang disampaikan menjadi berguna dan dapat dipercaya oleh pasar dan masyarakat. Fitur yang ada di GRI-G4 menjadikan pedoman ini lebih mudah digunakan baik bagi pelapor yang berpengalaman dan bagi mereka yang baru dalam pelaporan keberlanjutan sektor apapun dan didukung oleh bahan-bahan dan layanan GRI lainnya (www.globalreporting.org).

GRI-G4 juga menyediakan panduan mengenai bagaimana menyajikan pengungkapan keberlanjutan dalam format yang berbeda, baik itu laporan keberlanjutan mandiri, laporan terpadu, laporan tahunan, laporan yang membahas norma-norma internasional tertentu atau pelaporan online. Dalam standar GRI G-4, indikator kinerja dibagi menjadi tiga komponen utama, yaitu ekonomi, lingkungan hidup dan sosial. Kategori sosial mencakup hak asasi manusia, praktek ketenagakerjaan dan lingkungan kerja, tanggung jawab produk dan masyarakat. Total indikator yang terdapat dalam GRI mencapai 91 item (www.globalreporting.org).

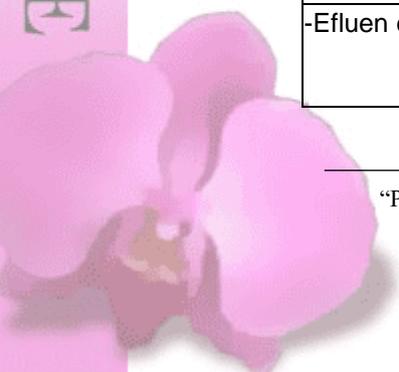
Dalam melakukan penilaian luas pengungkapan CSR, item-item yang akan diberikan skor, mengacu kepada indikator kinerja atau item yang disebutkan GRI-G4 guideline. Penjelasan mengenai indikator GRI-G4 dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 2.3
91 Indikator berdasarkan GRI-G4

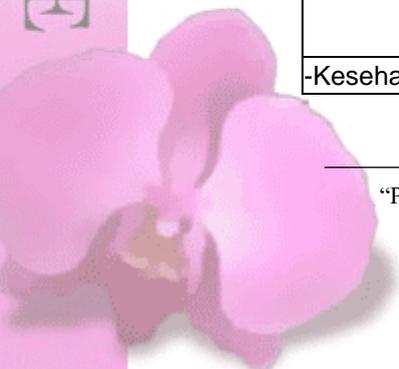
KATEGORI EKONOMI		
-Kinerja Ekonomi	EC 1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan
	EC 2	Implikasi finansial dan risiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi karena perubahan iklim
	EC 3	Cakupan kewajiban organisasi atas program imbalan pasti
	EC 4	Bantuan financial yang diterima dari pemerintah
-Keberadaan Pasar	EC 5	Rasio upah standar pegawai pemula (entry level) menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi-lokasi operasional yang signifikan
	EC 6	Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan



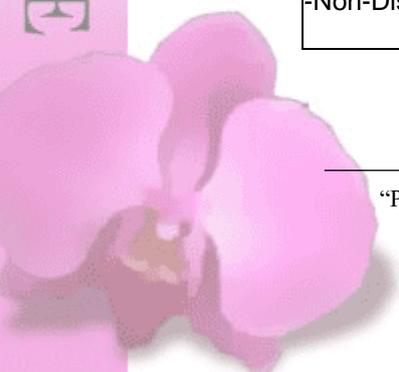
		dari masyarakat local di lokasi operasi yang signifikan
-Dampak Ekonomi Tidak Langsung	EC 7	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan
	EC 8	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak
-Praktek Pengadaan	EC 9	Perbandingan dari pembelian pemasok lokal di operasional yang signifikan
KATEGORI LINGKUNGAN		
-Bahan	EN 1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat atau volume
	EN 2	Persentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan input daur ulang
-Energi	EN 3	Konsumsi energi dalam organisasi
	EN 4	Konsumsi energi diluar organisasi
	EN 5	Intensitas Energi
	EN 6	Pengurangan konsumsi energi
-Air	EN 7	Konsumsi energi diluar organisasi
	EN 8	Total pengambilan air berdasarkan sumber
	EN 9	Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air
	EN 10	Persentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali
-Keanekaragaman Hayati	EN 11	Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola didalam, atau yang berdekatan dengan, kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung
	EN 12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung
	EN 13	Habitat yang dilindungi dan dipulihkan
	EN 14	Jumlah total spesies dalam iucn red list dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat di tempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat risiko kepunahan
-Emisi	EN 15	Emisi gas rumah kaca (GRK) langsung (Cakupan 1)
	EN 16	Emisi gas rumah kaca (GRK) energi tidak langsung (Cakupan 2)
	EN 17	Emisi gas rumah kaca (GRK) tidak langsung lainnya (Cakupan 3)
	EN 18	Intensitas emisi gas rumah kaca (GRK)
	EN 19	Pengurangan emisi gas rumah kaca (GRK)
	EN 20	Emisi bahan perusak ozon (BPO)
	EN 21	NOX, SOX, dan emisi udara signifikan lainnya
-Efluen dan Limbah	EN 22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan
	EN 23	Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode



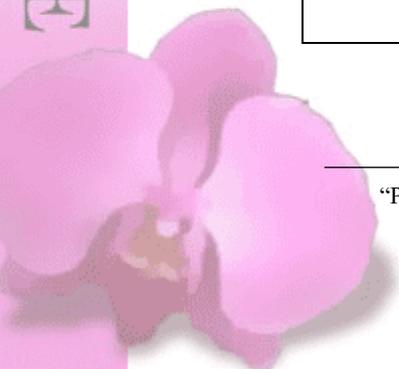
		pembuangan
	EN 24	Jumlah dan volume total tumpahan signifikan
	EN 25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi Basel2 Lampiran I, II, III, dan VIII yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah, dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional
	EN 26	Identitas, ukuran, status lindung, dan nilai keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang secara signifikan terkena dampak dari pembuangan dan air limpasan dari organisasi
-Produk dan Jasa	EN 27	Tingkat mitigasi dampak terhadap dampak lingkungan produk dan jasa
	EN 28	Persentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasi menurut kategori
-Kepatuhan	EN 29	Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan lingkungan
-Transportasi	EN 30	Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi, dan pengangkutan tenaga kerja
-Lain-lain	EN 31	Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis
-Asesmen Pemasok Atas Lingkungan	EN 32	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan
	EN 33	Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
-Mekanisme Pengaduan Masalah Lingkungan	EN 34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
KATEGORI SOSIAL SUB-KATEGORI: PRAKTEK KETENAGAKERJAAN DAN KENYAMANAN BEKERJA		
-Kepegawaian	LA 1	Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan turnover karyawan menurut kelompok umur, gender, dan wilayah
	LA 2	Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan
	LA 3	Tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan, menurut gender
-Hubungan Industrial	LA 4	Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama
-Kesehatan dan	LA 5	Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam



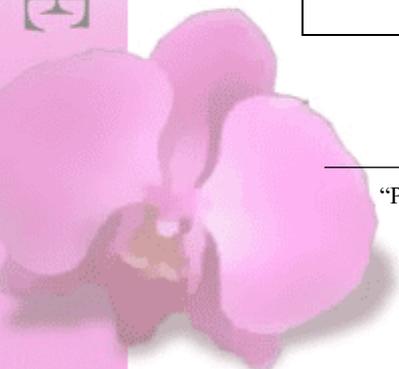
Keselamatan Kerja VV		komite bersama formal manajemen-pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja
	LA 6	Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang, dan kemangkiran, serta jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan gender
	LA 7	Pekerja yang sering terkena atau berisiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka
	LA 8	Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja
-Pelatihan dan Pendidikan	LA 9	Jam pelatihan rata-rata per tahun per karyawan menurut gender, dan menurut kategori karyawan
	LA 10	Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberkelanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti
	LA 11	Persentase karyawan yang menerima review kinerja dan pengembangan karier secara reguler, menurut gender dan kategori karyawan
-Keberagaman dan Kesetaraan Peluang	LA 12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya
-Kesetaraan Remunerasi Perempuan dan Laki-laki	LA 13	Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan, berdasarkan lokasi operasional yang signifikan
-Asesmen Pemasok Terkait Praktik Ketenagakerjaan	LA 14	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan
	LA 15	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
	LA 16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui pengaduan resmi
SUB-KATEGORI: HAK ASASI MANUSIA		
-Investasi	HR 1	Jumlah total dan persentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan klausul terkait hak asasi manusia atau penapisan berdasarkan hak asasi manusia
	HR 2	Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan atau prosedur hak asasi manusia terkait dengan Aspek hak asasi manusia yang relevan dengan operasi, termasuk persentase karyawan yang dilatih
-Non-Diskriminasi	HR 3	Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan korektif yang diambil



-Kebebasan Berserikat dan Perjanjian Kerja Bersama	HR 4	Operasi pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau berisiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut
-Pekerja Anak	HR 5	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerja anak yang efektif
-Pekerja Paksa Atau Wajib Kerja	HR 6	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja
-Praktik Pengamanan	HR 7	Persentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia di organisasi yang relevan dengan operasi
-Hak Adat	HR 8	Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil
-Asesmen	HR 9	Jumlah total dan persentase operasi yang telah melakukan reviu atau asesmen dampak hak asasi manusia
-Asesmen Pemasok Atas Hak Asasi Manusia	HR 10	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia
	HR 11	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
-Mekanisme Pengaduan Masalah Hak Asasi Manusia	HR 12	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap hak asasi manusia yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal
SUB-KATEGORI: MASYARAKAT		
-Masyarakat Lokal	SO 1	Persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan
	SO 2	Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal
-Anti-Korupsi	SO 3	Jumlah total dan persentase operasi yang dinilai terhadap risiko terkait dengan korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi
	SO 4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti-korupsi
	SO 5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil



-Kebijakan Publik	SO 6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima/penerima manfaat
-Anti Persaingan	SO 7	Jumlah total tindakan hukum terkait Anti Persaingan, anti-trust, serta praktik monopoli dan hasilnya
-Kepatuhan	SO 8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan
-Asesmen Pemasok Atas Dampak Terhadap Masyarakat	SO 9	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria untuk dampak terhadap masyarakat
	SO 10	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
-Mekanisme Pengaduan Dampak Terhadap Masyarakat	SO 11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
SUB-KATEGORI: TANGGUNGJAWAB ATAS PRODUK		
-Kesehatan Keselamatan Pelanggan	PR 1	Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan
	PR 2	Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa sepanjang daur hidup, menurut jenis hasil
-Pelabelan Produk dan Jasa	PR 3	Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, serta persentase kategori produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan informasi sejenis
	PR 4	Jumlah total Insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, menurut jenis hasil
	PR 5	Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan
-Komunikasi Pemasaran	PR 6	Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan
	PR 7	Jumlah total Insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsor, menurut jenis hasil
-Privasi Pelanggan	PR 8	Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan
-Kepatuhan	PR 9	Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait penyediaan dan penggunaan produk dan jasa



Pengungkapan tanggung jawab sosial dapat diukur dengan proksi Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRDI) berdasarkan Global Reporting Initiatives (GRI).

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

Keterangan:

CSRDI_j : Indeks luas pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan j.

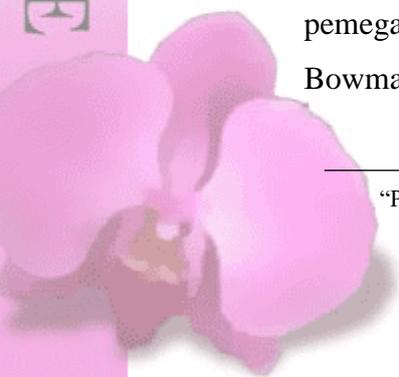
$\sum X_{ij}$: Nilai 1 jika item i diungkapkan; nilai 0 jika item i tidak diungkapkan.

n_j : Jumlah item untuk perusahaan j, $n_j \leq 91$.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa Pengungkapan CSR merupakan pengungkapan sebuah informasi tentang tanggung jawab sebuah perusahaan yang mana laporan ini dicantumkan dalam laporan tahunan yang dapat dipertanggungjawabkan. Dan diharapkan pengungkapan ini dapat mempengaruhi para stakeholder dalam memandang perusahaan tersebut. Karena jika perusahaan tersebut mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan maka dapat dianggap bahwa perusahaan tersebut bertanggung jawab sosial dan tidak hanya sekedar mencari laba tiap tahunnya.

2.1.4 Profitabilitas

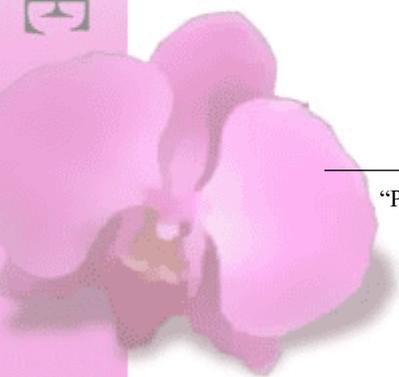
Menurut Heinze (1976) dalam Florence, et al. (2004) dalam Kusumadilaga (2010), profitabilitas adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial secara lebih luas. Menurut Bowman & Haire (1976) dan Preston (1978) dalam Milne (1996), hubungan antara



profitabilitas perusahaan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaantelah menjadi postulat (anggapan dasar) untuk mencerminkan pandangan bahwareaksi sosial memerlukan gaya manajerial. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial.

Menurut Brigham dan Houston (2006), profitabilitas adalah hasil akhirdari sejumlah kebijakan dan keputusan manajemen perusahaanaan. Dengandemikian menurut Nofrita (2013), dapat dikatakan bahwa profitabilitas perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada suatu periode akuntansi. Para investor menanamkan saham pada perusahaan adalah untuk mendapatkan return, yang terdiri dari yield dan capital gain. Semakin tinggi kemampuan memperoleh laba,maka semakin besar return yang diharapkan investor, sehingga menjadikan nilai perusahaan menjadi lebih baik.

Menurut Sartono (2001) dalam Nofrita (2013), profitabilitas merupakankemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan,total aktiva atau dengan modal (ekuitas) sendiri.Kamil dan Herusetya (2012) dalam Rosiana dkk (2013), berpendapat bahwa tingkat profitabilitas yang semakin besar menunjukkan perusahaan mampu mendapatkan laba yang semakin besar, sehingga perusahaan mampu untuk meningkatkan aktivitas tanggung jawab sosial, serta mengungkapkan tanggungjawab sosialnya dalam laporan tahunan dengan lebih luas. Menurut Setiawan (2005) dalam Agustine (2014), profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham.



2.1.5 Nilai perusahaan

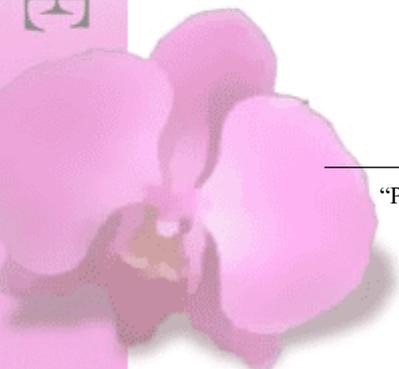
a. Pengertian Nilai Perusahaan

Dalam penelitian ini nilai perusahaan di definisikan sebagai nilai pasar karena nilai saham dapat memberikan kemakmuran bagi para pemegang saham secara maksimum jika harga saham mengalami peningkatan. Tujuan utama perusahaan yaitu memaksimalkan nilai perusahaan. Memaksimumkan nilai perusahaan memiliki makna yang luas, bukan hanya sekedar memaksimumkan laba perusahaan saja. (Weston dan Copeland, 1995). Pernyataan tersebut dapat diterima atas dasar beberapa faktor berikut :

- 1) Memaksimalkan nilai perusahaan berarti mempertimbangkan segala resiko terhadap arus kas pemasukan perusahaan
- 2) Memaksimalkan nilai berarti mempertimbangkan pengaruh waktu terhadap nilai uang dimasa mendatang. Yang dimaksudkan yaitu dana yang diterima sepuluh tahun mendatang akan lebih tinggi dibanding dana yang diterima tahun ini.
- 3) Kualitas dari arus kas dana yang akan diterima di masa mendatang akan beragam bagi perusahaan. 14 Sebuah perusahaan disebut memiliki nilai yang baik jika kinerja perusahaan tersebut juga baik. Nilai perusahaan dapat dicerminkan dengan harga sahamnya, jika harga saham tinggi dapat dikatakan kinerja perusahaan juga baik. Nilai perusahaan bagi investor merupakan konsep penting, karena sebagai indikator bagi pasar untuk menilai perusahaan secara keseluruhan.

b. Jenis dari nilai perusahaan (yulius dan tarigan, 2007;3)

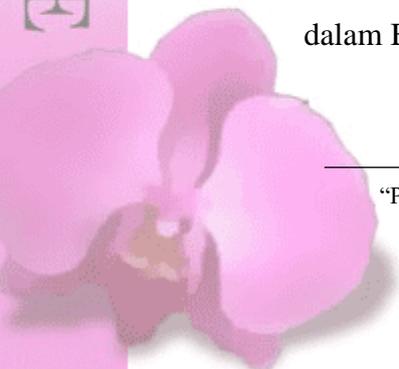
1. Nilai nominal : yaitu nilai formal yang tercantum dalam anggaran dasar perseroan, disebut secara eksplisit dalam neraca perusahaan dan juga ditulis secara jelas dalam surat saham kolektif.



2. Nilai pasar : nilai pasar sering disebut kurs adalah harga yang terjadi akibat proses tawar menawar dalam pasar saham.
3. Nilai intristik : merupakan konsep yang paling abstrak karena mengacu pada perkiraan nilai ril perusahaan, nilai perusahaan dalam konsep nilai intristik ini bukan sekedar harga dari sekumpulan aset melainkan nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan di kemudian hari.
4. Nilai buku : nilai buku adalah nilai perusahaan yang dihitung dalam dasar konsep akuntansi. Secara sederhana dihitung dengan membagi selisih antara total aset dan total hutang dengan jumlah saham yang beredar
5. Nilai likuidasi : nilai likuidasi adalah nilai jual seluruh aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi. Nilai likuidasi dapat dihitung dengan cara yang sama dengan menghitung nilai buku yaitu berdasarkan performa yang disiapkan ketika suatu perusahaan akan dilikuidasi.

Salah satu indikator yang digunakan dalam mengukur nilai perusahaan adalah dengan Tobin's Q. Rasio ini dikembangkan oleh Profesor James Tobin (1967). Tobin's Q merupakan alat ukur kinerja dengan cara membandingkan dua penilaian dari aset yang sama. Jika rasio Tobin's Q bernilai di atas satu, maka menunjukkan bahwa investasi dalam aktiva telah menghasilkan laba yang memberikan nilai lebih tinggi daripada pengeluaran investasi. Hal ini memicu munculnya investasi yang baru, sehingga indikator Tobin's Q adalah alat ukur yang akurat mengenai seberapa efektif pihak manajemen memanfaatkan sumberdaya ekonomi dalam mengelola kekuasaannya.

Menurut konsep Tobin's yaitu insentif untuk membuat modal investasi baru yakni tinggi saat saham yang memberikan keuntungan di masa mendatang bisa dijual dengan harga yang lebih tinggi dari pada biaya untuk investasinya (Fiakas, 2005 dalam Bambang Sudiyatno, 2010).



2.2 Telaah Penelitian yang Relevan

Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan PENGARUH PENGUNGKAPAN COORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN DAN NILAI PERUSAHAAN”, yaitu :

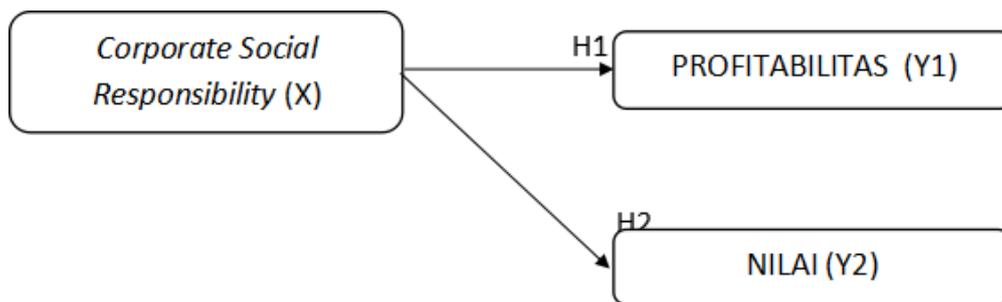
Tabel 2.4
Telaah penelitian yang relevan

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Rizky Adhitya, dkk. (2016)	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Sektor Pertambangan 2011-2013)	-independen : Pengungkapan CSR dan Profitabilitas - Dependen : Nilai Perusahaan	- Pengungkapan CSR dan profitabilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. - secara parsial, baik pengungkapan CSR maupun profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan.
2.	Gusti Ayu, dkk. (2013)	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel Pemoderasi (Studi pada Perusahaan Manufaktur 2008-2012)	- independen : Pengungkapan CSR - dependen : Nilai Perusahaan - moderasi : Profitabilitas	- Pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. - Profitabilitas mampu memperkuat pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan
3.	Stacia dan Juniarti (2015)	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> , <i>size</i> , <i>marker share</i> , dan <i>Debt to Equity Ratio</i> terhadap Nilai Perusahaan (Perusahaan Pertambangan 2009-2013)	- independen : Pengungkapan CSR, <i>size</i> , <i>marker share</i> , dan <i>Debt to Equity Ratio</i> - dependen : Nilai Perusahaan	- Corporate Social Responsibility tidak signifikan terhadap nilai perusahaan - ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan - market share signifikan terhadap nilai perusahaan - debt to equity ratio tidak signifikan terhadap nilai perusahaan

2.3 Kerangka Pikir Penelitian

Untuk mempermudah pemahaman hipotesis yang telah dibangun dalam penelitian, maka disusun kerangka pemikiran. Berdasarkan tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu yang telah diuraikan di atas, maka kerangka pemikiran disusun untuk menggambarkan hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan dan Profitabilitas perusahaan. Nilai perusahaan dan Profitabilitas perusahaan sebagai variabel dependen, dan *corporate social responsibility* sebagai variabel independen yang akan diuji.

Gambar 2.1 Model Kerangka Pikir Penelitian



2.4 Hubungan Antar Variabel

2.4.1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dengan Profitabilitas

Di tengah kondisi perekonomian yang tidak menentu, membuat investor tidak hanya terfokus akan kinerja keuangan saja dalam menilai *corporate value* suatu perusahaan. Menurut Ayu Oktyas (2015) pertimbangan calon investor juga menyoroti nilai perusahaan di masa mendatang dan hal tersebut tidak dapat digambarkan dengan kinerja keuangan saja.

Perusahaan didirikan berdasarkan mandat dari masyarakat, oleh karena itu kepercayaan masyarakat dianggap sebagai tolak ukur masa depan perusahaan



selain kinerja keuangan. Kepercayaan masyarakat di masa mendatang salah satunya dapat dibangun secara perlahan dengan program *Corporate Social Responsibility* (CSR).

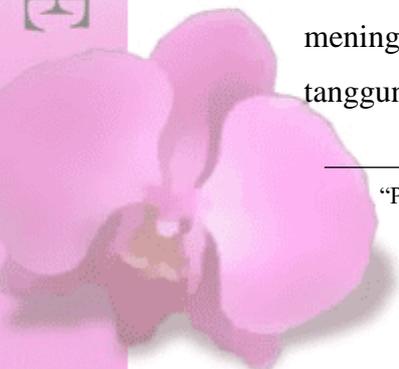
Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa dengan adanya pengungkapan biaya *Corporate Social Responsibility* maka perusahaan mampu memberikan bukti bahwa perusahaan juga memiliki kepekaan terhadap sosial lingkungan di sekitarnya dan meningkatkan kepercayaan para pemangku kepentingan akan keberlanjutan usahanya serta meningkatkan kepercayaan para shareholders untuk menginvestasikan sahamnya di perusahaan tersebut sehingga menaikkan harga saham dan meningkatkan nilai perusahaan atau corporate value.

H₀₁ : *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap Profitabilitas Perusahaan

H_{a1} : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Profitabilitas Perusahaan

2.4.2 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dengan Nilai Perusahaan

Agustina (2013), pengungkapan CSR diharapkan akan mampu menaikkan nilai perusahaan. Karena kegiatan CSR merupakan keberpihakan perusahaan terhadap masyarakat. Sehingga masyarakat akan mampu memilih produk yang baik yang dinilai tidak hanya barangnya saja, tetapi juga melalui tata kelola perusahaannya. Kegiatan CSR sendiri merupakan bagian dari tata kelola perusahaan yang baik. Pada saat masyarakat yang menjadi pelanggan memiliki penilaian yang positif terhadap perusahaan, maka mereka akan loyal terhadap produk yang dihasilkan. Sehingga hal ini akan mampu menaikkan citra perusahaan yang direfleksikan melalui harga saham yang akan meningkat. Rustiarini (2010), menyatakan bahwa perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan informasi tanggung jawab sosial sebagai keunggulan kompetitif perusahaan. Perusahaan



yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham. Penelitian Rustiarini (2010), menemukan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh pada nilai perusahaan. Kusumadilaga (2010), mengatakan bahwa dengan pengungkapan CSR dapat meningkatkan harga saham perusahaan yang nantinya akan meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian Jo dan Harjoto (2007), juga menemukan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR mempunyai hubungan yang positif terhadap nilai perusahaan. Semakin banyak pengungkapan CSR maka semakin tinggi pula nilai perusahaan.

H₀₂ : Corporate Social Responsibility tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

H_{a2} : Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap Profitabilitas Perusahaan

