

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 *Legitimacy Theory*

Teori legitimasi adalah aktivitas yang dijalankan perusahaan untuk tidak melanggar norma-norma masyarakat yang berlaku. Teori Legitimasi dapat dianggap sebagai hal yang penting bagi organisasi, batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial, dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan (Dowling dan Pfeffer, 1975) dalam (Ghozali dan Chariri, 2008). Menurut (Deegan, 2000), teori legitimasi memercayai suatu opini bahwa terdapat “kontrak” antara organisasi dengan lingkungan dimana organisasi tersebut beroperasi. Konsep “kontrak sosial” digunakan untuk menunjukkan harapan masyarakat tentang cara yang seharusnya dilakukan organisasi dalam melakukan aktivitas. Teori legitimasi dalam bentuk umum memberikan pandangan yang penting terhadap praktek pengungkapan sosial perusahaan. Kebanyakan inisiatif utama pengungkapan sosial perusahaan bisa ditelusuri pada satu atau lebih strategi legitimasi. Sebagai misal, kecenderungan umum bagi pengungkapan sosial perusahaan untuk menekankan pada poin positif bagi perilaku organisasi dibandingkan dengan elemen yang negatif.

(Ghozali dan Chariri, 2008) menyatakan bahwa kegiatan yang dilakukan perusahaan dapat memberikan dampak pada sosial dan lingkungan sekitar, sehingga perusahaan menggunakan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunan agar menghindari konflik sosial dan lingkungan. Selain itu, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat dipandang sebagai wujud akuntabilitas perusahaan kepada publik untuk menjelaskan bagaimana pertanggungjawaban perusahaan dalam menjaga sosial dan lingkungan perusahaan. Hal itu menjelaskan bahwa legitimasi perusahaan dapat ditingkatkan melalui *Corporate Social Responsibility*.

2.2 *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility pertama kali diperkenalkan oleh John Elkington pada tahun 1997. (Tanudjaja, 2006) mengartikan *Corporate Social Responsibility* sebagai komitmen industri untuk mempertanggung jawabkan dampak operasi dalam dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan serta menjaga agar dampak tersebut menyumbang manfaat kepada masyarakat dan lingkungan hidupnya. (Darwin, 2008) mendefinisikan CSR sebagai mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum. Oleh karena itu, perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan juga tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungannya.

Di Indonesia pengungkapan CSR telah diatur oleh Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI) dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 Tahun 2014, secara implisit menyarankan untuk mengungkapkan tanggungjawab sosial, yang berisikan bahwa, entitas dapat pula menyajikan, terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup, dan laporan nilai tambah (*Value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peran penting bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting. Laporan tambahan tersebut di luar ruang lingkup Standar Akuntansi Keuangan (IAI, 2014)

Pengungkapan tanggungjawab sosial dan lingkungan dapat dilakukan perusahaan dengan cara menyajikannya didalam laporan tahunan. Hal ini dimaksudkan agar otoritas, investor, kreditor, dan *stakeholder* lainnya dapat mengetahui secara pasti tentang komitmen dan tanggungjawab sosial dan lingkungan yang telah dilakukan perusahaan dan bagaimana kinerja keuangan (laba) perusahaan pasca dimasukkan pengungkapan tanggungjawab sosial dan lingkungan (Lako, 2011). (Lako, 2011) juga menjelaskan didalam bukunya bahwa, Perusahaan juga perlu mengungkapkan secara rinci tentang aksi-aksi dan pengorbanan aset-aset

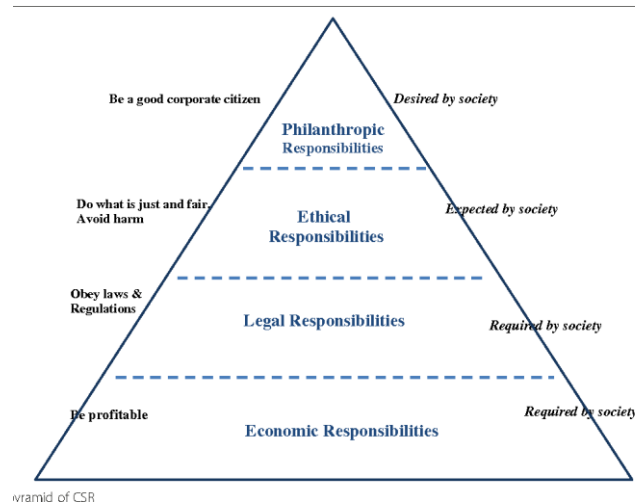
ekonomik yang telah dilakukan untuk melaksanakan tanggungjawab sosial dan lingkungan didalamnya. Pengungkapan tambahan tersebut hendaknya memaparkan tentang strategi, kebijakan dan tindakan-tindakan yang sudah, sedang, dan akan dilakukan manajemen dalam menjalankan tanggungjawab sosial dan lingkungannya secara berkelanjutan. Hal ini memberikan manfaat *stakeholders* akan memberikan apresiasi dan tidak akan memberikan respon negatif meskipun kinerja laba yang dilaporkan akan menurun pasca dimasukkannya biaya TJSL. *Stakeholders* akan memberikan apresiasi secara positif karena tahu bahwa perusahaan memiliki komitmen yang tinggi terhadap isu-isu sosial dan lingkungan. Meskipun dalam jangka pendek perusahaan akan menderita penurunan kinerja laba, namun dalam jangka menengah dan panjang perusahaan justru akan meraih keuntungan yang berkelanjutan. Hal ini disebabkan pengorbanan aset-aset ekonomik untuk biaya TJSL memiliki dua sifat unik yaitu, disatu sisi sebagai pengeluaran beban (*expenses*) yang mengakibatkan kinerja laba menurun, namun di sisi lain adalah sebagai pengeluaran investasi yang akan meningkatkan pendapatan dan laba perusahaan. Sejumlah riset di Australia, Selandia Baru dan Inggris memberikan bukti yang memperkuat optimisme tersebut. Dilaporkan bahwa perusahaan yang menyajikan laporan keuangan yang ramah lingkungan secara berkelanjutan cenderung memiliki kinerja keuangan dan kinerja nilai pasar (*market value*) jauh lebih baik dibanding perusahaan-perusahaan yang menyajikan laporan keuangan secara konvensional.

Corporate Social Responsibility (CSR) bertujuan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non-keuangan berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya, yang dapat dibuat dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial terpisah. pemahaman CSR ini dapat dijalankan melalui 3 pilar penting, yaitu *profit, people, planet* (3P).

Menurut (Siregar, 2016) Secara teoretik, CSR dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para *stakeholder*-nya, terutama komunitas atau masyarakat disekitar wilayah kerja dan operasinya. Tujuan utama

perusahaan adalah mencari *profit* yang bersumber dari barang dan jasa yang perusahaan tersebut hasilkan. Namun perusahaan harus mendapatkan nilai tambah ekonomi agar perusahaan mampu bertahan dan berkembang (*economic responsibilities*). Perusahaan perlu juga memperhatikan tanggung jawab kepada para *Stakeholder* atau pemangku kepentingan (*legal responsibilities*). Bagaimana cara perusahaan tersebut mampu melakukan operasionalnya sesuai dengan peraturan yang berlakukannya oleh pemerintah agar tidak ada penyalahgunaan yang dilakukan perusahaan. Pada tingkatan piramid selanjutnya, perusahaan harus mampu menjalankan operasional bisnis yang baik, dan adil serta tidak melakukan hal yang merusak (*ethical responsibilities*), dan tingkatan piramid paling atas, perusahaan harus mampu menjadi perusahaan yang baik (*good corporate citizen*) dan mampu memberikan kontribusi yang dapat dirasakan langsung bagi lingkungan sekitar. *Sustainability* merupakan suatu cara bagi perusahaan untuk menyampaikan bentuk akuntabilitasnya kepada para *stakeholders*.

Gambar 2.1 Piramida GCG



Pengungkapan informasi dalam laporan keuangan dilakukan untuk melindungi hak pemegang saham yang cenderung terabaikan akibat terpisahnya pihak manajemen yang mengelola perusahaan dan pemegang saham yang memiliki modal. Informasi yang akan diungkapkan dalam laporan keuangan tentunya harus disesuaikan dengan kepentingan pengguna laporan keuangan. Diharapkan dengan semakin transparan informasi yang disajikan oleh suatu perusahaan ditambah

dengan semakin nyatanya penerapan tata kelola yang baik akan meningkatkan keberhasilan bisnis dalam dunia usaha secara berkesinambungan, juga dapat digunakan untuk memahami bisnis pada suatu perusahaan (Murwaningsari dan Pradhana, 2014)

(Siregar, 2016) juga berpendapat bahwa Pengungkapan terhadap aspek *social, ethical, environmental* dan *sustainability* merupakan suatu cara bagi perusahaan untuk menyampaikan bentuk akuntabilitasnya kepada para *stakeholders*. Pengungkapan informasi dalam laporan keuangan dilakukan untuk melindungi hak pemegang saham yang cenderung terabaikan akibat terpisahnya pihak manajemen yang mengelola perusahaan dan pemegang saham yang memiliki modal. Informasi yang akan diungkapkan dalam laporan keuangan tentunya harus disesuaikan dengan kepentingan pengguna laporan keuangan. Diharapkan dengan semakin transparan informasi yang disajikan oleh suatu perusahaan ditambah dengan semakin nyatanya penerapan tata kelola yang baik akan meningkatkan keberhasilan bisnis dalam dunia usaha secara berkesinambungan, juga dapat digunakan untuk memahami bisnis pada suatu perusahaan (Murwaningsari dan Pradhana, 2014).

(Manurung, 2012) mengungkapkan bahwa CSR dapat dipandang sebagai aset strategis dan kompetitif bagi perusahaan di tengah iklim bisnis yang makin sarat kompetisi. (Nurwahidah, 2016) mengungkapkan dengan menerapkan CSR, diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang. Pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan, dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis. Dalam usaha memperoleh legitimasi, perusahaan melakukan kegiatan sosial dan lingkungan yang memiliki implikasi akuntansi pada pelaporan dan pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan melalui laporan CSR yang dipublikasikan (Murniati, 2013).

Ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan untuk mengungkapkan laporan pertanggung jawaban sosial dan lingkungannya atau *Corporate Social Responsibility*. (Sembiring, 2003) dalam (Wati, 2018) meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) di Indonesia. Faktor-faktor yang diteliti adalah profitabilitas, usia perusahaan, *Earning per Share*, ukuran perusahaan, kepemilikan publik dan *leverage*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan hanya dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Sedangkan jika menggunakan level signifikansi 10%, dipengaruhi secara signifikan oleh *earning per share*, ukuran perusahaan, persentase kepemilikan saham oleh publik dan *leverage* perusahaan. Dalam penelitian (Wati, 2018), penelitian yang dilakukan oleh (Amran dan Devi, 2008) ada enam faktor yang diindikasikan mempengaruhi pengungkapan CSR di Malaysia. Dengan menggunakan sample penelitian sebanyak 133 perusahaan dari jumlah keseluruhan 584 perusahaan berbagai sektor yang listing di Bursa Malaysia periode 2002-2003, (Amran dan Devi, 2008) memberikan bukti empiris bahwa *government share*, *dependence on the government* dan *size* berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR di Malaysia. Sedangkan kepemilikan asing, afiliasi dengan pihak asing dan profitabilitas perusahaan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan CSR di Malaysia.

2.3 Good Corporate Governance

Frasa *Corporate Governance* terdiri dari dua kata yaitu *corporate* dan *governance*. Kata *Corporate* merupakan kata sifat (*adjective*) yang bermakna “berbagai sifat yang berkaitan dengan korporasi atau perusahaan”. Kata *Governance* merupakan kata benda (*noun*) yang bermakna “pengelolaan”. Di Indonesia, sebagian literatur menerjemahkan *corporate governance* sebagai tata kelola.

Dalam (Daniri, 2014) tidak ada definisi tunggal untuk tata kelola perusahaan atau *Good Corporate Governance*. Dalam bukunya, (Rahardjo, 2018) menjelaskan

bahwa tata kelola yang baik merupakan salah satu bentuk implementasi bisnis beretika. Tata kelola yang baik akan menghasilkan keputusan yang berintegritas. Berdasarkan penjelasan (Rahardjo, 2018), tuntutan untuk menata kembali tata kelola perusahaan menjadi semakin gencar. Walaupun objek penataan kembali tata kelola adalah perusahaan dan profesi akuntan publik, tetapi banyak institusi yang terlibat didalamnya. Pengertian *Good Corporate Governance* (GCG) menurut (Agoes, 2011) adalah tata kelola yang baik sebagai sistem yang mengatur hubungan antara peran Dewan Komisaris, peran direksi, pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya. *Good Corporate Governance* (GCG/ Tata Kelola Perusahaan yang Baik) adalah unsur utama yang dipertimbangkan oleh investor saat ia memilih sekian banyak perusahaan untuk berinvestasi. Hal ini karena, sebuah perusahaan yang memiliki tata kelola perusahaan yang baik (GCG) dipimpin oleh para eksekutif yang jujur dan berpengalaman dan memiliki kemampuan organisasi yang mumpuni. Sehingga menumbuhkan keyakinan di hati para investor untuk memilih perusahaan tersebut sebagai tempat menanamkan uangnya. *Good Corporate Governance* terdiri dari beberapa hal yang saling terkait satu sama lain, yaitu diantaranya adalah sistem yang diterapkan dalam praktek yang jujur, bisnis yang kokoh dan memiliki pemimpin yang baik berpadu dengan sistem operasional organisasi yang kompak sehingga mampu berjalan dengan baik.

Good Corporate Governance memiliki tujuan tujuan yang strategis, menurut (Tunggal, 2013), tujuan *Good Corporate Governance* adalah sebagai tercapainya sasaran yang telah ditetapkan, aktiva perusahaan tetap terjaga dengan baik, perusahaan mampu menjalankan bisnis dengan baik atau dengan praktek yang sehat, kegiatan perusahaan dapat dijalankan dengan transparan. Sedangkan tujuan *Good Corporate Governance* pada BUMN yang dikeluarkan menurut keputusan Peraturan Menteri BUMN Nomor: PER-01/MBU/2011 tanggal 1 Agustus 2011 *pasal 4*, yaitu mengoptimalkan nilai BUMN agar perusahaan memiliki daya saing yang kuat, baik secara nasional maupun internasional, sehingga mampu mempertahankan keberadaannya dan hidup berkelanjutan untuk

mencapai maksud dan tujuan BUMN, mendorong pengelolaan BUMN secara profesional, efisien, dan efektif, serta memberdayakan fungsi dan meningkatkan kemandirian Organ Persero/Organ Perum, mendorong agar Organ Persero/Organ Perum dalam membuat keputusan dan menjalankan tindakan dilandasi nilai moral yang tinggi dan kepatuhan terhadap peraturan perundangundangan, serta kesadaran akan adanya tanggung jawab sosial BUMN terhadap Pemangku Kepentingan maupun kelestarian lingkungan di sekitar BUMN, meningkatkan kontribusi BUMN dalam perekonomian nasional, meningkatkan iklim yang kondusif bagi perkembangan investasi nasional. Berdasarkan dari beberapa jenis tujuan penerapan GCG, dapat dilihat bahwa GCG mampu meningkatkan kinerja perusahaan dan memberi nilai tambah bagi perusahaan, dan semua pihak yang terlibat didalamnya termasuk pihak luar seperti *Stakeholder*.

Corporate Governance terdiri dari seperangkat komponen yang saling berinteraksi saling mempengaruhi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Komponen *Corporate Governance* terdiri dari sekumpulan manusia baik sebagai individu ataupun entitas, struktur keorganisasian, dan teknologi informasi dan infrastruktur lainnya. Interaksi antara komponen dilakukan melalui pengembangan proses yang sistematis berdasar prinsip dasar yang dianut, termasuk pengendaliannya. Sebagai sebuah sistem, *Corporate Governance* dimaksudkan untuk mencapai tujuan perusahaan, yaitu menciptakan nilai tambah bagi korporasi atau perusahaan baik sebagai entitas ekonomi maupun sebagai entitas sosial.

(Brown et al, 2009) mengidentifikasi empat komponen dasar perusahaan sebagai sebuah sistem, yaitu manusia, proses bisnis, struktur keorganisasian, dan teknologi informasi. Keempat komponen dasar tersebut saling berinteraksi dan saling mempengaruhi sehingga kegagalan disalah satu komponen beresiko kegagalan sistem secara keseluruhan. *Corporate Governance* merupakan sub-sistem perusahaan. Dengan demikian maka komponen dasar *Corporate Governance* juga terdiri dari empat komponen dasar tersebut.

Menurut (Sony et al, 2009) pengembangan *Corporate Governance* minimal dipengaruhi oleh tiga pilar utama yaitu, pertama, pilar pengetahuan yang mapan; pilar ini berfungsi sebagai landasan utama agar mekanisme CG dapat berjalan secara sistematis. Ketiadaan pilar ini menjadikan mekanisme CG sangat bergantung pada “kebaikan hati” pihak-pihak yang terlibat dalam penerapan CG karena mekanisme CG tidak dapat mencegah, mendeteksi maupun mengoreksi pelanggaran dalam penerapan CG secara sistematis. Kedua, pilar prinsip-prinsip dasar; pilar ini berfungsi sebagai pedoman dan arahan dalam menerapkan CG. Pilar ini berdasarkan pertimbangan untuk konsistensi dan pengembangan CG. Selanjutnya, pilar ini juga bermanfaat sebagai bahasa komunikasi yang memungkinkan perusahaan-perusahaan dapat berbagi kesuksesan-kesuksesan dalam penerapan CG. Ketiga, pilar rancang; pilar ini berfungsi agar penerapan CG dapat secara *cost effective* mencapai tujuan perusahaan secara khusus. Berdasar pilar ini maka setiap perusahaan dapat merancang penerapan CG yang disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan perusahaan sepanjang tetap menjaga dua pilar yang lainnya.

Menurut KNKG (2006), Terdapat lima prinsip GCG yang dapat dijadikan pedoman bagi para pelaku bisnis, yaitu *Transparency, Accountability, Responsibility, Independency dan Fairness* yang biasanya diakronimkan menjadi **TARIF**. Penjabarannya sebagai berikut :

a. *Transparency* (keterbukaan informasi)

Secara sederhana bisa diartikan sebagai keterbukaan informasi. Dalam mewujudkan prinsip ini, perusahaan dituntut untuk menyediakan informasi yang cukup, akurat, tepat waktu kepada segenap stakeholders-nya.

b. *Accountability* (akuntabilitas)

Yang dimaksud dengan akuntabilitas adalah kejelasan fungsi, struktur, system dan pertanggungjawaban elemen perusahaan. Apabila prinsip ini diterapkan secara efektif, maka akan ada kejelasan akan fungsi, hak, kewajiban dan wewenang serta tanggung jawab antara pemegang saham, dewan komisaris dan dewan direksi.

c. *Responsibility* (pertanggung jawaban)

Bentuk pertanggung jawaban perusahaan adalah kepatuhan perusahaan terhadap peraturan yang berlaku, diantaranya; masalah pajak, hubungan industrial, kesehatan dan keselamatan kerja, perlindungan lingkungan hidup, memelihara lingkungan bisnis yang kondusif bersama masyarakat dan sebagainya. Dengan menerapkan prinsip ini, diharapkan akan menyadarkan perusahaan bahwa dalam kegiatan operasionalnya, perusahaan juga mempunyai peran untuk bertanggung jawab kepada shareholder juga kepada stakeholders-lainnya.

d. *Independency* (kemandirian)

Prinsip ini mensyaratkan agar perusahaan dikelola secara profesional tanpa ada benturan kepentingan dan tanpa tekanan atau intervensi dari pihak manapun yang tidak sesuai dengan peraturan-peraturan yang berlaku.

e. *Fairness* (kesetaraan dan kewajaran)

Prinsip ini menuntut adanya perlakuan yang adil dalam memenuhi hak stakeholder sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku. Diharap *fairness* dapat menjadi faktor pendorong yang dapat memonitor dan memberikan jaminan perlakuan yang adil di antara beragam kepentingan dalam perusahaan.

Unsur-unsur *Good Corporate Governance* Menurut (Sutedi, 2012) terdapat beberapa unsur-unsur dalam *Corporate Governance* yang berasal dari dalam perusahaan serta unsur-unsur yang ada diluar perusahaan yang bisa menjamin berfungsinya *Good Corporate Governance*, yaitu:

1. *Internal* Perusahaan

Internal perusahaan adalah unsur yang berasal dari dalam perusahaan dan unsur yang selalu diperlukan di dalam perusahaan. Unsur-unsur yang berasal dari dalam perusahaan adalah pemegang saham, dewan direksi, dewan komisaris, manajer, karyawan/serikat pekerja, system remunerasi berdasar kinerja, dan komite audit. Unsur-unsur yang selalu diperlukan di dalam perusahaan, antara lain meliputi: keterbukaan dan kerahasiaan (*disclosure*), *transparansi*, *accountability*, *fairness*, dan aturan dari *code of conduct*.

2. *External* Perusahaan

External perusahaan adalah unsur yang berasal dari luar perusahaan dan unsur yang selalu diperlukan di luar perusahaan, dinamakan *External* Perusahaan. Unsur yang berasal dari luar perusahaan adalah kecukupan undang-undang dan perangkat hukum, investor, institusi penyedia informasi, akuntan publik, institusi yang memihak kepentingan publik bukan golongan, pemberi pinjaman dan lembaga yang mengesahkan legalitas. Unsur yang selalu diperlukan di luar perusahaan antara lain meliputi: aturan dari *code of conduct*, *fairness*, *accountability*, dan jaminan hukum

Variabel-variabel yang mewakili GCG dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruhnya terhadap CSR adalah Komite Audit, Dewan Komisaris, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, dan Kepemilikan Asing.

2.4 Komite Audit

Menurut Komite Nasional Kebijakan Corporate Governance mengenai Komite Audit adalah Suatu komite yang beranggotakan satu atau lebih anggota Dewan Komisaris dan dapat meminta kalangan luar dengan berbagai keahlian, pengalaman, dan kualitas lain yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan Komite Audit. Pengertian Komite Audit adalah sekelompok orang yang dipilih oleh kelompok yang lebih besar untuk mengerjakan pekerjaan tertentu atau untuk

melakukan tugas-tugas khusus atau sejumlah anggota Dewan Komisaris perusahaan klien yang bertanggungjawab untuk membantu auditor dalam mempertahankan independensinya dari manajemen. Menurut (Anisah, 2018) Komite audit merupakan pihak yang mendukung dalam menjalankan tugas dan kewajiban dewan komisaris. Dalam melaksanakan wewenangnya, komite audit wajib bekerja sama dengan pihak yang melaksanakan fungsi internal audit dalam Pedoman Tata Kelola Perusahaan Bursa Efek Indonesia. Umumnya komite audit terdiri dari tiga atau lima kadang tujuh orang yang bukan bagian dari manajemen perusahaan. Tujuan dibentuknya komite audit yaitu untuk menjadi penengah antara auditor dan manajemen perusahaan apabila terjadi perselisihan (Arents, 2010). Komite audit ini merupakan orang yang melakukan pengawasan terhadap perusahaan. Adanya komite audit diharapkan mampu mengontrol dan memonitor keputusan yang dilakukan manajer itu sudah benar yang berarti bahwa keputusan tidak memihak suatu pihak, namun mengikat semua pihak yang berkepentingan di dalam perusahaan. Komite Audit dituntut dapat bertindak secara independen, independensi komite audit tidak dapat dipisahkan moralitas yang melandasi integritasnya. Hal ini perlu didasari karena komite audit merupakan pihak yang menjembatani antara eksternal auditor dan perusahaan yang juga sekaligus menjembatani antara fungsi pengawasan dewan komisaris dengan internal auditor (Thesarani, 2016).

Dalam Keputusan Menteri BUMN PER-12/MBU/2012 tanggal 24 Agustus 2012, pengertian Komite Audit tidak diterangkan secara gamblang, tetapi pada intinya menyatakan bahwa Komite Audit adalah suatu badan yang berada dibawah Komisaris yang sekurang-kurangnya minimal satu orang anggota Komisaris, dan dua orang ahli yang bukan merupakan pegawai BUMN yang bersangkutan yang bersifat mandiri baik dalam pelaksanaan tugasnya maupun pelaporannya dan bertanggung jawab langsung kepada Komisaris atau Dewan Pengawas. Hal tersebut senada dengan Keputusan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan nomor 55 /POJK.04/2015 yang menyatakan bahwa Komite Audit adalah komite yang

dibentuk oleh dan bertanggung jawab kepada Dewan Komisaris dalam membantu melaksanakan tugas dan fungsi Dewan Komisaris.

Komite audit ini merupakan orang yang melakukan pengawasan terhadap perusahaan. Adanya komite audit diharapkan mampu mengontrol dan memonitor keputusan yang dilakukan manajer itu sudah benar yang berarti bahwa keputusan tidak memihak suatu pihak, namun mengikat semua pihak yang berkepentingan di dalam perusahaan. Komite Audit dituntut dapat bertindak secara independen, independensi komite audit tidak dapat dipisahkan moralitas yang melandasi integritasnya. Hal ini perlu didasari karena komite audit merupakan pihak yang menjembatani antara eksternal auditor dan perusahaan yang juga sekaligus menjembatani antara fungsi pengawasan dewan komisaris dengan internal auditor (Thesarani, 2016).

Tujuan dibentuknya komite audit meliputi aspek-aspek sebagai berikut :

- a. Penyusunan Laporan Keuangan Meskipun direksi dan dewan komisaris bertanggung jawab terutama atas penyusunan laporan keuangan dan auditor eksternal bertanggung jawab atau audit eksternal laporan keuangan, komite audit melaksanakan pengawasan independen atas proses penyusunan laporan keuangan dan pelaksanaan audit eksternal.
- b. Manajemen Risiko dan Kontrol Meskipun direksi dan dewan komisaris terutama bertanggung jawab atas manajemen risiko dan kontrol, komite audit memberikan pengawasan independen atas proses pengelolaan risiko dan kontrol.
- c. Corporate Governance Meskipun direksi dan dewan komisaris yang bertanggung jawab atas pelaksanaan corporate governance, namun komite audit melaksanakan pengawasan independen atas proses pelaksanaan corporate governance.

Ukuran Komite Audit diukur dengan menghitung jumlah anggota Komite Audit dalam laporan tahunan perusahaan yang tercantum pada laporan tata kelola perusahaan (Sinaga, 2011).

2.5 Dewan Komisaris

menurut *Forum for Corporate Governance Indonesia* mendefinisikan Dewan Komisaris sebagai merupakan inti dari Corporate Governance yang ditugaskan untuk menjamin pelaksanaan strategi perusahaan, mengawasi manajemen dalam mengelola perusahaan, serta mewajibkan terlaksananya akuntabilitas. KNKG (2006) mendefinisikan Dewan komisaris sebagai mekanisme pengendalian internal tertinggi dalam perusahaan yang bertugas dan bertanggungjawab secara kolektif untuk melakukan pengawasan dan memberikan nasihat kepada Direksi serta memastikan bahwa Perusahaan melaksanakan GCG.

Tugas-tugas utama Dewan Komisaris meliputi:

1. Menilai dan mengarahkan strategi perusahaan, garis-garis besar rencana kerja, kebijakan pengendalian risiko, anggaran tahunan dan rencana usaha; menetapkan sasaran kerja; mengawasi pelaksanaan dan kinerja perusahaan; serta memonitor penggunaan modal perusahaan, investasi dan penjualan aset
2. Menilai sistem penetapan penggajian pejabat pada posisi kunci dan penggajian anggota Dewan Direksi, serta menjamin suatu proses pencalonan anggota Dewan Direksi yang transparan dan adil
3. Memonitor dan mengatasi masalah benturan kepentingan pada tingkat manajemen, anggota Dewan Direksi dan anggota Dewan Komisaris, termasuk penyalahgunaan aset perusahaan dan manipulasi transaksi perusahaan
4. Memonitor pelaksanaan Governance, dan mengadakan perubahan jika perlu
5. Memantau proses keterbukaan dan efektifitas komunikasi dalam perusahaan (*OECD Principles of Corporate Governance*).

Peranan Dewan Komisaris dengan Pengungkapan CSR Dewan Komisaris merupakan suatu mekanisme untuk mengawasi dan untuk memberikan petunjuk dan arahan pada pengelola perusahaan atau pihak manajemen. Dalam hal ini, dewan komisaris memiliki kekuasaan terhadap manajemen untuk memberikan pengaruh agar manajemen mengungkapkan CSR (Fahrizqi, 2010). Tugas lain dari Dewan Komisaris adalah melakukan *oversight* atas ketaatan perusahaan kepada undang-undang dan peraturan dan bahwa perusahaan berperilaku etis dan bermoral (Muntoro, 2007). Pernyataan ini dapat menjadi faktor keterlibatan Dewan Komisaris terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan, didasarkan pada ketaatan pelaksanaa UU No 40 Tahun 2007 tentang “Perseroan Terbatas” Bab V pasal 74. Dewan komisaris dapat terdiri dari Komisaris yang tidak berasal dari pihak terafiliasi yang dikenal sebagai Komisaris Independen dan Komisaris yang terafiliasi. Yang dimaksud dengan terafiliasi adalah pihak yang mempunyai hubungan bisnis dan kekeluargaan dengan pemegang saham pengendali, anggota Direksi dan Dewan Komisaris lain, serta dengan perusahaan itu sendiri. Mantan anggota Direksi dan Dewan Komisaris yang terafiliasi serta karyawan perusahaan, untuk jangka waktu tertentu termasuk dalam kategori terafiliasi (KNKG, 2006).

Pengukuran dewan komisaris menggunakan jumlah anggota dewan komisaris. Semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan monitor yang dilakukan akan semakin efektif (Sembiring, 2005)

2.6 Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial merupakan pemegang saham yang berarti sebagai pemilik dalam suatu perusahaan dari pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan sebuah keputusan di perusahaan yang bersangkutan (Nurfadilah & Sagara, 2015). Kepemilikan manajerial merupakan suatu kondisi di mana pihak manajemen perusahaan memiliki rangkap jabatan yaitu jabatannya sebagai manajemen perusahaan dan juga pemegang saham dan berperan aktif

dalam pengambilan keputusan yang dilaksanakan. Secara teoritis ketika kepemilikan manajerial rendah maka insentif terhadap kemungkinan terjadinya perilaku oportunistik manajer akan meningkat. Adanya kepemilikan manajerial dipandang dapat menyelaraskan adanya potensi perbedaan kepentingan antara pemegang saham luar dengan manajemen. Kondisi ini akan mengakibatkan munculnya perbedaan kepentingan antara pemegang saham dengan manajerial. Konflik yang disebabkan oleh pemisahan antara kepemilikan dan fungsi pengelolaan dalam teori keuangan disebut sebagai konflik keagenan atau agency conflict. Kondisi tersebut di atas akan berbeda jika manajer memiliki rangkap jabatan yaitu sebagai manajer dan juga sekaligus sebagai pemegang saham. Semakin besar kepemilikan manajerial dalam perusahaan maka manajemen akan berusaha lebih giat untuk kepentingan pemegang saham yang notabene nya adalah mereka sendiri.

Untuk menjamin agar para manajer melakukan hal yang terbaik bagi pemegang saham secara maksimal, perusahaan harus menanggung biaya keagenan, berupa:

- a. pengeluaran untuk memantau tindakan manajemen,
- b. pengeluaran untuk menata struktur organisasi sehingga kemungkinan timbulnya perilaku manajemen yang tidak dikehendaki semakin kecil, dan
- c. biaya kesempatan karena hilangnya kesempatan memperoleh laba sebagai akibat dibatasinya kewenangan manajemen sehingga tidak dapat mengambil keputusan secara tepat waktu, yang seharusnya dapat dilakukan jika manajer menjadi pemilik perusahaan atau disebut managerial ownership.

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kepemilikan manajerial merupakan pemilik saham perusahaan yang berasal dari manajemen yang ikut serta dalam pengambilan keputusan suatu perusahaan yang bersangkutan. Dengan demikian kepemilikan pemegang saham oleh manajer, diharapkan akan berindak sesuai dengan keinginan para principal karena manajer akan termotivasi untuk menikatakankinerja. Besar kecilnya jumlah kepemilikan saham manajerial dalam

perusahaan mengindikasikan adanya kesamaan kepentingan antara manajer dengan pemegang saham.

(Rawi, 2008) menemukan adanya hubungan antara kepemilikan manajerial dengan pengungkapan CSR. Dengan adanya kepemilikan saham oleh manajemen, maka manajemen akan ikut serta aktif dalam pengambilan keputusan. Mereka akan memperoleh manfaat langsung atas keputusan-keputusan yang diambilnya, namun juga akan menanggung resiko secara langsung bila keputusan itu salah. Manajer perusahaan akan mengambil keputusan sesuai dengan kepentingan perusahaan yaitu dengan cara mengungkapkan informasi sosial yang seluas-luasnya dalam rangka untuk meningkatkan *image* perusahaan.

2.7 Kepemilikan Institusional

Kepemilikan Institusional dapat diartikan sebagai proporsi kepemilikan saham pada akhir tahun yang dimiliki oleh lembaga seperti perbankan, asuransi, dan institusi lain. Penyebab kinerja manajer diawasi secara optimal itu karena adanya peningkatan kepemilikan institusional, maka akan terhidar dari perilaku oportunistik. Kepemilikan institusional adalah suatu kepemilikan di mana institusi yang memiliki saham-saham di perusahaan lainnya. Kepemilikan institusional itu memiliki peranan yang sangat besar dalam meminimalisasi konflik keagenan yang terjadi antara manajer dan pemegang saham. Keberadaan investor institusional dianggap mampu menjadi mekanisme *monitoring* yang efektif dalam setiap keputusan yang diambil oleh manajer. Dalam hubungannya dengan fungsi *monitoring*, investor institusional diyakini memiliki kemampuan untuk *monitoring* tindakan manajemen lebih baik dibandingkan investor individual.

Kepemilikan institusional mewakili suatu sumber kekuasaan (*source of power*) yang dapat digunakan untuk mendukung atau sebaliknya terhadap keberadaan manajemen. Semakin besar kepemilikan institusional maka akan semakin besar kekuatan suara dan dorongan institusi tersebut untuk mengawasi pihak manajemen. Akibatnya, akan memberikan dorongan yang lebih besar untuk

mengoptimalkan nilai perusahaan sehingga kinerja perusahaan akan meningkat. Meningkatnya kinerja perusahaan, nantinya akan bisa dilihat dari kinerja keuangan yang dimiliki oleh perusahaan. Menurut (Laksmi dan Purwanto, 2013) Kepemilikan institusional yang besar akan sangat berpengaruh dan berdampak pada keputusan manajemen yang akan diambil. Salah satu keputusannya adalah pengungkapan informasi CSR.

Penelitian yang dilakukan oleh (Anggraini, 2006) menemukan hubungan positif antara kepemilikan institusional terhadap pengungkapan CSR. Hal ini dikarenakan kepemilikan institusional yang besar akan menyebabkan tekanan terhadap manajemen untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan secara lebih luas.

2.8 Kepemilikan Asing

Menurut Anggraeni (2011) dalam Rahayu (2015), Kepemilikan asing merupakan kepemilikan saham yang dimiliki oleh perusahaan multinasional. Kepemilikan asing dalam perusahaan merupakan pihak yang dianggap concern terhadap pengungkapan pertanggungjawaban social perusahaan.

Kepemilikan asing adalah presentase kepemilikan saham perusahaan oleh investor asing. Perusahaan multinasional atau kepemilikan asing melihat keuntungan legitimasi berasal dari para stakeholdernya, dimana secara tipikal berdasarkan home market (pasar tempat beroperasi) yang dapat memberikan eksistensi yang tinggi dalam jangka panjang (Barkemeyer, 2007). Kepemilikan asing dalam perusahaan merupakan pihak yang dianggap concern terhadap pengungkapan pertanggung jawaban sosial perusahaan. Perusahaan yang dimiliki oleh asing cenderung lebih ketat dalam pengawasan operasional perusahaannya. Hal ini dikarenakan investor asing menuntut kerja keras agar investasi yang mereka lakukan dapat memberikan pengembalian yang besar pula. Pemilik asing mungkin memiliki informasi yang lebih efisien untuk memenuhi kebutuhan

internal perusahaannya. Hal ini dapat mendorong para manajer untuk dapat lebih mementingkan kepentingan para pemegang sahamnya.

Bukti empiris pernyataan tersebut dinyatakan oleh (Fauzi, 2008). (Fauzi, 2008) menyatakan bahwa aspek lingkungan, pencapaian perusahaan multinasional yang berada di Indonesia lebih baik daripada perusahaan nasional. Perusahaan dengan kepemilikan asing cenderung lebih mengungkapkan CSR yang lebih besar karena kepedulian yang besar untuk mendanai kegiatan sosial dan lingkungan.

2.9 Pertumbuhan Perusahaan

Pertumbuhan perusahaan merupakan bagaimana kemampuan dari perusahaan itu sendiri untuk meningkatkan ukuran perusahaan. Pertumbuhan (*growth*) adalah seberapa jauh perusahaan itu mampu menempatkan diri dalam sistem ekonomi secara keseluruhan atau sistem ekonomi untuk industri yang sama (Machfoedz, 2007). perusahaan sangat dibutuhkan dan diharapkan oleh pihak internal serta pihak eksternal bagi perusahaan, karena pertumbuhan yang baik memberi tanda baik pula bagi perkembangan perusahaan. Dari sudut pandang *Stakeholder*, pertumbuhan suatu perusahaan merupakan tanda perusahaan memiliki aspek yang menguntungkan, dan *Stakeholder* pun akan mengharapkan tingkat pengembalian (*rate of return*) dari investasi yang dilakukan menunjukkan perkembangan yang baik (Purba, 2017).

Dalam hal ini, perusahaan dengan tingkat pertumbuhan perusahaan yang cepat harus lebih banyak mengandalkan pada pemasukkan dari pihak luar. Semakin tinggi pertumbuhan perusahaan maka semakin besar kebutuhan dana untuk pembiayaan ekspansi atau peluasan perusahaan. Pernyataan tersebut didukung oleh Joni dan Lina (2010) yang berpendapat bahwa pertumbuhan perusahaan pada dasarnya menggambarkan bagaimana perusahaan menginvestasikan dana yang ia miliki untuk kegiatan operasi dan investasi. Peningkatan jumlah aset, baik aset lancar maupun aset jangka panjang membutuhkan dana, dengan alternatif pendanaan internal atau dengan pendanaan eksternal. Berdasarkan *pecking order theory*, perusahaan akan cenderung menggunakan dana internal terlebih dahulu,

baru kemudian menggunakan dana eksternal (hutang). Ketika perusahaan melakukan investasi dalam jumlah yang tinggi sehingga melebihi jumlah laba ditahan, maka akan terjadi peningkatan hutang. Asumsinya adalah ketika aset perusahaan meningkat sedangkan faktor lain dianggap ceteris paribus, maka peningkatan aset akan menyebabkan peningkatan hutang (Hestaningrum, 2012).

Pertumbuhan perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

1. Pertumbuhan dari luar (*External Growth*)

Pengaruh dari pihak luar cukup mempengaruhi pertumbuhan perusahaan, apabila pengaruh terbilang positif maka pertumbuhan perusahaan mendapatkan peluang semakin berkembang secara positif dari waktu ke waktu.

2. Pertumbuhan dari dalam (*Internal Growth*)

Internal Growth berarti bagaimana produktivitas dari sistem operasional perusahaan itu sendiri bekerja. Seperti halnya *External Growth*, apabila produktivitas perusahaan terbilang positif maka pertumbuhan perusahaan dapat meningkat dari waktu ke waktu.

3. Pertumbuhan pengaruh iklim dan situasi

Iklim dan situasi usaha lokal mempengaruhi pertumbuhan perusahaan. Apabila iklim dan infrastruktur perusahaan mendukung operasional perusahaan, maka pertumbuhan perusahaan pun dapat berkembang dengan baik.

Menurut Pradana (2013), pertumbuhan perusahaan ada 2 jenis tolak ukur, yaitu: *Assets Growth Ratio*, cara ini menunjukkan pertumbuhan aset yang dianggap sebagai aktiva operasional perusahaan. Aset menjadikan tolak ukur pertumbuhan perusahaan, semakin besar aset diharapkan semakin besar hasil operasional yang dihasilkan oleh perusahaan. Tolak ukur yang kedua yaitu, *Sales Growth Ratio*. Pertumbuhan penjualan merupakan perubahan penjualan per tahun. *Sales Growth* yang tinggi memberikan indikator perusahaan yang bersangkutan dapat meningkatkan pertumbuhan perusahaannya dan diharapkan mampu menambahkan laba yang dihasilkan.

2.10 Kinerja Lingkungan

Kinerja lingkungan merupakan kinerja suatu perusahaan yang peduli terhadap lingkungan sekitar. Kinerja lingkungan dapat dilakukan dengan menerapkan akuntansi lingkungan. Akuntansi lingkungan merupakan pengakuan dan integrasi dampak isu-isu lingkungan pada sistem akuntansi tradisional suatu perusahaan (Halim dan Irawan, 1998). Kinerja lingkungan merupakan kinerja suatu perusahaan yang peduli terhadap lingkungan sekitar. Kinerja lingkungan dapat dilakukan dengan menerapkan akuntansi lingkungan. Akuntansi lingkungan merupakan pengakuan dan integrasi dampak isuisu lingkungan pada sistem akuntansi tradisional suatu perusahaan (Halim dan Irawan, 1998 dalam Fitriyani, 2012).

Menurut (Mardikanto, 2014) gagasan untuk memiliki system manajemen kinerja lingkungan membantu menjamin komitmen perusahaan untuk berikut:

1. komitmen manajemen untuk memenuhi ketentuan kebijakan, tujuan dan aspirasi
2. fokus pada penyebaran budaya pelestarian bukan menegtur pengobatan atau tindakan korektif di kemudian hari
3. proses perbaikan terus menerus. Sebagai imbalan untuk menerpakan system manajemen lingkungan, keuntungan ekonomi dapat direalisasikan. Keuntungan tersebut harus ditentukan untuk memiliki mereka dan nilainilai mereka ditunjukkan sebelumnya pihak, terutama pemangku kepentingan (pemegang saham). Hal ini akanmemeberikan perusahaan untuk kesempatan menghubungkan tujuan lingkungan denagan hasil keuangan tertentu, dan sebagainya menjamin ketersediaan sumber daya.

Menurut (Mardikanto, 2014) unsur – unsur utama dari tanggung jawab lingkungan meliputi:

1. Mengadopsi kinerja lingkungan yang spesifik, aturan dan standar pengukuran.

2. Memfasilitasi lingkungan teknologi pengembangan, konversi dan alat angkut.
3. Mempromosikan kesadaran lingkungan.
4. Membuka saluran negosiasi dengan pihak terkait, dan berkomunikasi dengan pihak – pihak tersebut tentang masalah lingkungan.

Di Indonesia, mengukur kinerja lingkungan menggunakan program penilaian peringkat kinerja perusahaan dalam pengelolaan pekerjaan (PROPER) yang di program langsung oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) untuk mendorong penataan lingkungan sekitar perusahaan dalam mengelola lingkungan hidup. PROPER diumumkan secara rutin kepada masyarakat, sehingga perusahaan yang dinilai akan mendapat insentif maupun disinsentif reputasi, tergantung pada tingkat ketaatannya (Pujiasih, 2013). PROPER memberikan tingkatan perusahaan berdasarkan warna, dimulai dari warna terbaik EMAS, HIJAU, BIRU, MERAH, dan HITAM. Dengan penilaian PROPER masyarakat akan mudah menilai perusahaan-perusahaan tersebut mampu atau tidaknya dalam mengimplementasikan kinerja lingkungan. Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) telah menerapkan Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER). Program ini bertujuan mendorong perusahaan taat terhadap peraturan lingkungan hidup dan mencapai keunggulan lingkungan (*environmental excellency*) melalui integrasi prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan dalam proses produksi dan jasa, dengan jalan penerapan sistem manajemen lingkungan, 3R (*reuse, reduce, recycle*), efisiensi energi, konservasi sumberdaya dan pelaksanaan bisnis yang beretika serta bertanggungjawab terhadap masyarakat melalui program pengembangan masyarakat. PROPER merupakan kegiatan pengawasan dan program pemberian insentif dan/atau disinsentif kepada penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan. Pemberian insentif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berupa penghargaan PROPER.

Pemberian penghargaan PROPER berdasarkan penilaian kinerja penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan dalam:

- A. Pencegahan pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan hidup;
- B. Penanggulangan pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan hidup; dan
- C. Pemulihan pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan hidup.

Tabel 2.1 Kriteria Penilaian PROPER

KRITERIA PENILAIAN
a. Pendekatan yang digunakan dalam pengembangan masyarakat (CD)
1. Perusahaan memiliki komitmen untuk memecahkan dampak penting yang diakibatkan oleh perusahaan dan memiliki upaya yang jelas untuk memitigasi dampak tersebut yang tercermin dalam kebijakan, struktur organisasi dan keuangan perusahaan.
2. Perusahaan memiliki strategi yang tertulis dan dikomunikasikan kepada pemangku kepentingan untuk mengembangkan penghidupan masyarakat yang berkelanjutan.
3. Perusahaan dapat menunjukkan bahwa dari segi pendanaan, program pengembangan masyarakat (CD) lebih besar dibandingkan dengan kegiatan yang bersifat karitatif.
b. Perencanaan
1. Terjadi pelembagaan proses perencanaan pengembangan masyarakat (CD).
2. Keterlibatan pihak-pihak terkait dalam perencanaan pengembangan masyarakat (CD) meliputi aktor dan kualitas keterlibatan. Kualitas partisipasi tertinggi adalah kategori citizen power yang terdiri dari <i>partnership</i> , <i>delegated power</i> , dan <i>citizen control</i> . Sedangkan dari sisi aktor terdiri dari tiga yakni pemerintah, masyarakat, dan organisasi masyarakat sipil (NGO, <i>Community based organization</i>).
3. Terjadi konsolidasi perencanaan program pengembangan masyarakat (CD) dengan perencanaan wilayah.
4. Terjadi kesesuaian program dengan potensi penghidupan berkelanjutan.
c. Implementasi
1. Keberhasilan program mencapai tujuan yang ditetapkan dalam perencanaan.
2. Partisipasi dalam implementasi program yang dilihat dari keterlibatan aktor dan kualitas keterlibatannya.
3. Partisipasi kelompok rentan dalam implementasi program.
4. Perbandingan cakupan (kualitas dan target sasaran) program tahun berjalan dengan tahun sebelumnya.

d. Monitoring dan Evaluasi
1. Modifikasi program terhadap dinamika kebutuhan masyarakat.
2. Tingkat Kepuasan Masyarakat.
3. Inklusifitas penerima program.
4. Perubahan perilaku dan atau mindset sebelum dan setelah program.
5. Kualitas hubungan community development officer (atau nama lainnya) dengan masyarakat dan pemerintah.

Guna menciptakan lingkungan yang baik, perusahaan harus mampu menyadari bahwa kinerja lingkungan sangat penting, dan harus mampu mengelola lingkungan sekitar. Perusahaan harus mampu menciptakan lingkungan yang baik yang pastinya akan berdampak positif terhadap lingkungan disekitar dan juga memperoleh pandangan yang baik juga di mata masyarakat dan juga di mata *Stakeholder*. Terdapat beberapa pemicu untuk perusahaan memperhatikan kinerja lingkungannya, yaitu pertama *regulatory demand*, dengan hal tersebut banyak peraturan yang dibuat terkait dengan lingkungan, kesehatan, dan keamanan hingga akhirnya memaksa perusahaan-perusahaan untuk menerapkan manajemen lingkungan. Perusahaan banyak menerapkan *Total Quality Management (TQM)* yang dianggap efektif dalam mengurangi masalah terkait dengan lingkungan. Kedua adalah *Cost Factor*, perusahaan yang menerapkan pemeliharaan lingkungan akan mengurangi biaya-biaya kegagalan eksternal atau dari pihak luar yang mungkin akan terjadi. Ketiga *Stakeholder forces*, dalam hal ini, perusahaan akan selalu berusaha memuaskan segala jenis kepentingan *Stakeholder*, namun masyarakat dan lingkungan juga merupakan *Stakeholder* yang merupakan faktor penting untuk melestarikan lingkungan sehingga dampak negatif operasional perusahaan dapat diminimalisirkan. Dan yang keempat *Competitive Requirement*, seperti contohnya perusahaan memperebutkan sertifikasi seperti ISO 9000 dan ISO 14001 terlihat mampu mendorong perusahaan agar meningkatkan kesadaran lingkungan sehingga mendorong perusahaan agar memiliki daya saing.

2.11 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti (tahun)	Judul penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Angela (2015)	Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Kinerja Finansial dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> Sebagai Variabel Intervening	Variabel Independen: Kinerja Lingkungan Variabel Dependen: Kinerja Finansial Variabel Intervening: <i>Corporate Social Responsibility</i>	Kinerja Lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja finansial, Kinerja lingkungan mempengaruhi pengungkapan CSR, namun pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap kinerja finansial.
2.	Fachry Ridha Muhammad Effendi dan Dini Wahyu Hapsari (2015)	Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan	Variabel Independen: Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Perusahaan Variabel Dependen: Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan	Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> . Secara parsial variabel ukuran perusahaan dengan

				<p>arah positif berpengaruh terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>, sedangkan profitabilitas dengan arah positif dan pertumbuhan perusahaan dengan arah negatif tidak berpengaruh terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>.</p>
--	--	--	--	---

3.	Wahyu Septya Permataloka (2016)	Pengaruh <i>Corporate Governance</i> terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i>	Variabel Independen: <i>Corporate Governance</i> Variabel Dependen: <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i>	Dewan Komisaris dan Kepemilikan Pemerintah berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Asing, Jumlah Pertemuan Komite Audit tidak berpengaruh secara signifikan terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> .
4.	Reza Manjalang Muda Siregar (2016)	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> dan Kepemilikan Saham Publik terhadap tingkat Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Variabel Independen: Ukuran Komite Audit, Komposisi Dewan Komisaris Independen, Komposisi Kepemilikan Saham Institusional, Komposisi	variabel Ukuran Komite Audit dan Komposisi Kepemilikan Asing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Pengungkapan <i>Corporate Social</i>

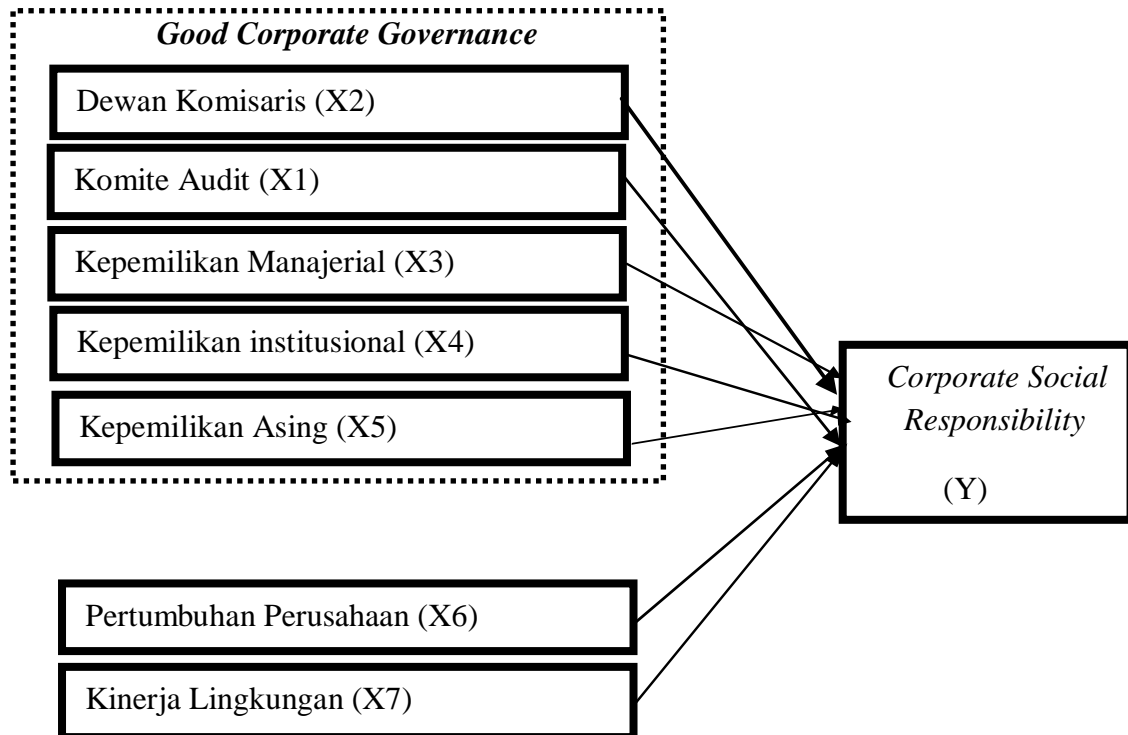
			<p>Kepemilikan Saham Asing, Komposisi Kepemilikan Saham Publik</p> <p>Variabel Dependen: <i>Corporate Social Responsibility</i></p>	<p><i>Responsibility</i>, Variabel Komposisi Kepemilikan Publik berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Tingkat Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>, Sedangkan variabel Komposisi Dewan Komisaris Independen dan Komposisi Kepemilikan Institusi tidak berpengaruh terhadap Tingkat Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p>
5.	Siti Munsaidah, Rita Andini, dan Agus Supriyanto (2016)	Analisis Pengaruh <i>Firm Size, Age, Profitabilitas, Leverage</i> , dan <i>Growth</i> Perusahaan	<p>Variabel Independen: <i>Firm Size, Age, Profitabilitas, Growth</i> Perusahaan</p> <p>Variabel Dependen: <i>Corporate</i></p>	<p><i>Firm Size, Age, Profitabilitas, Leverage, Growth</i> perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap</p>

		terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	<i>Social Responsibility</i>	<i>Corporate Social Responsibility</i>
6.	Anna Sukasih, Eko Sugiyanto (2017)	Pengaruh Struktur <i>Corporate Governance</i> , dan Kinerja Lingkungan Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	Variabel independen: Struktur <i>Corporate Governance</i> , Kinerja Lingkungan Variabel Dependen: <i>Corporate Social Responsibility</i>	Kepemilikan Manajerial, dan Kepemilikan Institusional berpengaruh signifikan terhadap CSR. Sedangkan, Komite Audit, Ukuran Dewan Komisaris dan Kinerja Lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR.
7.	Muhammad Rivandi, Andi Harita Putra (2019)	Pengaruh Dewan Komisaris dan Komite Audit terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Variabel independen: Dewan Komisaris, Komite Audit Variabel Dependen: <i>Corporate Social Responsibility</i>	Dewan Komisaris tidak berpengaruh terhadap CSR. Sedangkan, Komite Audit berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR.

2.12 Kerangka Pemikiran

Dari pembahasan latar belakang diatas, maka peneliti membuat kerangka berpikir sebagai berikut:

Gambar 2.2 Kerangka Berpikir



2.13 Bangunan Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang sudah dinyatakan dengan kalimat tanya. Dikatakan sementara karena dugaan hanya berdasarkan teori yang relevan, yang mana belum didasarkan pada fakta empiris yang didapatkan dari pengumpulan data (Sugiyono, 2015). Berikut hipotesis-hipotesis variabel dalam penelitian ini adalah:

2.12.1 Pengaruh Komite Audit Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Ikatan Komite Audit Indonesia (IKAI) dalam buku yang dikarang oleh (Effendi, 2016) menjelaskan bahwa komite audit adalah suatu komite yang bekerja secara profesional dan independen yang dibentuk oleh dewan komisaris. Tugas Komite

Audit adalah membantu menjalankan fungsi pengawasan, proses pelaporan keuangan, manajemen risiko, pelaksanaan audit, pengimplementasian *Corporate Governance* termasuk aktivitas CSR dan pengungkapannya. Komite audit melakukan pengawasannya terhadap laporan keuangan dengan baik sesuai dengan aturan yang berlaku dan bersikap jujur, sehingga komite audit dengan jumlah yang banyak mendorong pihak manajemen untuk melakukan kinerja lingkungan dan sosial, tidak hanya melaporkan keuangan saja. Semakin banyak jumlah anggota audit maka semakin baik fungsi pengawasan yang diberikan sehingga dapat melakukan evaluasi dan pengontrolan terhadap seluruh aspek kinerja perusahaan dan akan semakin mudah mengendalikan serta monitoring akan semakin efektif. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin banyak jumlah komite audit maka semakin besar pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian (Siregar, 2016) bahwa, komite audit berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Sehingga hipotesis pada penelitian ini adalah:

H1 : Komite Audit berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

2.12.2 Pengaruh Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Dewan Komisaris berfungsi untuk melakukan pengawasan dan berperan cukup menentukan bagi keberhasilan implementasi *Corporate Governance* agar dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan harapan (Effendi, 2016). Dewan komisaris pada perusahaan dibagi untuk membidangi bagian-bagian yang berbeda, sebagai contoh bidang sosial, lingkungan, ekonomi dan kinerja perusahaan, tanggung jawab sosial, dengan adanya pembagian bidang tersebut maka secara logika semakin banyak dewan komisaris yang dimiliki oleh suatu perusahaan maka akan semakin kompleks informasi yang akan di ungkapkan oleh perusahaan (Fahmi, 2015). Maka dari itu, semakin banyak dewan komisaris dalam suatu perusahaan, menjadikan pengawasan berjalan dengan baik dan pengungkapan CSR semakin luas dan semakin baik. Hal ini juga mempermudah dalam pengambilan keputusan

dan mencari kesepakatan dalam musyawarah sangat membantu dalam perkembangan perusahaan, dan akan membuat tekanan manajemen bertambah ekstensif ketika mengungkapkan tanggung jawab sosial Berdasarkan jumlah dewan komisaris, Collier dan Gregory (Sembiring, 2005) menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan pengawasan yang dilakukan akan semakin efektif. Dengan hasil penelitian dari (Permataloka, 2016) yang menyatakan bahwa dewan komisaris berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, maka hipotesis penelitian ini adalah:

H2 : Dewan Komisaris berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

2.12.3 Pengaruh Kepemilikan Manajerial Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Dengan adanya kepemilikan saham oleh manajemen, maka manajemen akan ikut serta aktif dalam pengambilan keputusan. Mereka akan memperoleh manfaat langsung atas keputusan-keputusan yang diambilnya, namun juga akan menanggung resiko secara langsung bila keputusan itu salah. Manajer perusahaan akan mengambil keputusan sesuai dengan kepentingan perusahaan yaitu dengan cara mengungkapkan informasi sosial yang seluas-luasnya dalam rangka untuk meningkatkan *image* perusahaan. Kepemilikan saham manajerial akan mendorong manajer untuk berhati-hati dalam mengambil keputusan karena mereka ikut merasakan secara langsung manfaat dari keputusan yang diambil dan ikut menanggung kerugian dari konsekuensi dari pengambilan keputusan yang salah. Kepemilikan saham oleh manajemen akan membantu mengatasi masalah agensi karena semakin banyak saham yang dimiliki oleh manajemen maka mereka akan semakin termotivasi untuk bekerja lebih giat dan fokus dalam meningkatkan nilai perusahaan (Wati, 2012). Hal ini berarti konflik kepentingan dapat berkurang, hal ini disebabkan karena manajemen akan menyelaraskan kepentingan manajemen dengan kepentingan perusahaan, salah satu caranya adalah dengan melakukan praktik dan pengungkapan CSR. Hal

ini sejalan dengan hasil penelitian (Sukasih dan Sugiyanto, 2017) yang menyatakan bahwa kepemilikan manajerial memiliki pengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*. Maka, hipotesis penelitian ini adalah:

H3 : Kepemilikan Manajerial berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

2.12.4 Pengaruh Kepemilikan Institusional Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Semakin besar kepemilikan saham institusional maka semakin besar pengawasan yang bisa dilakukan investor institusional dan hal tersebut menjadikan perusahaan memiliki dorongan akan mengungkapkan laporan pertanggungjawaban sosial dan lingkungannya. Melalui penggunaan laporan tahunan, perusahaan akan menggambarkan kesan tanggung jawab sosialnya sehingga akan menjadi daya tarik perusahaan untuk meraih investor institusional. Investor institusional merupakan bagian dari stakeholder perusahaan yang lebih cenderung memilih investasi pada perusahaan yang banyak melakukan praktik CSR serta cenderung mencegah atau menghindari investasi pada perusahaan yang memiliki kinerja sosial yang buruk. Penelitian (Sukasih dan Sugiyanto, 2017) juga memberikan hasil kepemilikan institusional mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Maka hipotesis penelitian ini adalah:

H4 : Kepemilikan Institusional berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

2.12.5 Pengaruh Kepemilikan Asing Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

(Puspitasari, 2009) mengatakan bahwa kepemilikan saham asing (*foreign shareholding*) adalah jumlah saham perusahaan yang dimiliki oleh pihak asing. Perusahaan dengan kepemilikan asing cenderung lebih mengungkapkan CSR tercermin dalam teori legitimasi yang lebih besar karena kepedulian yang besar untuk mendanai kegiatan sosial dan lingkungan. Perusahaan multinasional

atau dengan kepemilikan asing utamanya melihat keuntungan legitimasi berasal dari para stakeholder-nya dimana secara tipikal berdasarkan atas home market (pasar tempat beroperasi) yang dapat memberikan eksistensi yang tinggi dalam jangka panjang (Suchman, 1995 dalam Djakman dan Machmud, 2008). Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan salah satu media yang dipilih untuk memperlihatkan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat di sekitarnya. Dengan kata lain, apabila perusahaan memiliki kontrak dengan foreign stakeholders baik dalam ownership dan trade, maka perusahaan akan lebih didukung dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini didukung oleh penelitian dari (Suaryana et al, 2015) dan (Rustiarini, 2011) yang menyatakan bahwa kepemilikan asing berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hal ini dikarenakan semakin banyak kepemilikan asing di suatu perusahaan akan memperluas pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Penelitian (Tanimoto dan Suzuki, 2005) dalam melihat luas adopsi GRI dalam laporan tanggung jawab sosial pada perusahaan publik di Jepang, membuktikan bahwa kepemilikan asing pada perusahaan publik di Jepang menjadi faktor pendorong terhadap adopsi GRI dalam pengungkapan CSR. Hasil penelitian (Siregar, 2016) memperkuat hipotesis ini karena penelitian dengan variabel kepemilikan asing berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hipotesis penelitian ini adalah:

H5 : Kepemilikan Asing berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

2.12.6 Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Pertumbuhan Perusahaan dapat mempengaruhi kinerja pertumbuhan perusahaan. Apabila perusahaan bertumbuh kembang dengan pesat, perusahaan akan dengan transparan mengungkapkan laporan keuangannya. Tingkat pertumbuhan perusahaan diukur dengan pertumbuhan penjualan perusahaannya. Perusahaan harus mampu memiliki strategi, atau dapat mengikuti tren agar memenangkan pasar. Dengan terjaminnya kegiatan ekonomi perusahaan maka sesuai harapan

para *stakeholder*, perusahaan akan meningkatkan perhatian terhadap aktivitas sosial lingkungannya. Perusahaan akan melakukan pengungkapan lebih terkait dengan aktivitas serta kebijakan tanggung jawab sosial yang telah dilaksanakan. Hal tersebut berkaitan dengan pertumbuhan perusahaan yang baik sehingga perusahaan terlihat lebih unggul dan mampu menghadapi persaingan sehingga memperoleh respon positif dari publik dan para pemangku kepentingan (Nurjanah, 2015).

Belakangan ini, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* menjadi tren dalam perusahaan. Menurut (Andayani et al, 2008) dalam (Yuztitya, 2011). hal ini dilakukan sebagai salah satu strategi perusahaan agar dapat memberikan kesan yang baik atau citra positif bagi pihak eksternal terhadap perusahaan. Dalam penelitian (Effendi dan Hapsari, 2015) pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hipotesis penelitian ini adalah :

H6 : Tingkat Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

2.12.7 Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Perusahaan, terutama yang bergerak di bidang Manufaktur merupakan perusahaan yang operasionalnya memberikan dampak terhadap lingkungan dan dapat menimbulkan keresahan masyarakat sekitar sehingga mengancam jalannya usaha perusahaan tersebut. Dalam hal ini, Kinerja lingkungan merupakan usaha perusahaan untuk menciptakan lingkungan yang baik dengan melaksanakan aktifitas dan menggunakan bahan-bahan yang tidak merusak lingkungan. CSR dapat terwujud apabila perusahaan memiliki manajemen lingkungan. Manajemen lingkungan yang baik akan memperhatikan lingkungan, penggunaan energi, tata ruang, dan perbaikan lingkungan. Dengan hal itu maka perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang baik akan memiliki kepedulian sosial yang baik juga. perusahaan dengan lingkungan yang baik percaya bahwa dengan mengungkapkan

performance mereka merupakan *good news* bagi investor. Oleh karena itu, perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik seharusnya mengungkapkan informasi pelaksanaan CSR lebih luas sebagai bentuk sosialisasi kepada masyarakat. Semakin banyak peran perusahaan dalam kegiatan lingkungannya, maka akan semakin banyak pula yang harus diungkapkan oleh perusahaan mengenai kinerja lingkungan yang dilakukannya dalam laporan tahunannya. Hal ini akan mencerminkan transparansi dari perusahaan tersebut bahwa perusahaan juga berkepentingan dan bertanggung jawab terhadap apa yang telah dikerjakannya sehingga masyarakat juga akan tahu seberapa besar tanggung jawab dan andil perusahaan terhadap lingkungannya (Oktalia, 2014). Hal ini diperkuat oleh penelitian dari (Angela, 2015) dan (Pratama, 2013) yang memberikan hasil bahwa Kinerja Lingkungan berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Maka, hipotesis penelitian ini adalah:

H7 : Tingkat Kinerja Lingkungan berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.