

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Stakeholder theory mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya* (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain) dengan kata lain bahwa keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Ghozali & Chariri, 2014). Menurut Deegan (2004) menjelaskan bahwa *stakeholder theory* adalah teori yang mengatakan bahwa *stakeholder* memiliki hak untuk disediakan informasi tentang bagaimana aktivitas dari organisasi dapat mempengaruhi mereka (sebagai contoh, melalui polusi, *sponsorship*, inisiatif pengamanan, dll). *Stakeholder* juga memiliki hak untuk tidak menggunakan informasi tersebut serta tidak memainkan peran mereka secara langsung dalam suatu perusahaan (Deegan dalam Ulum, 2017). Teori *stakeholder* menyatakan bahwa kesuksesan dan hidup matinya suatu perusahaan sangat tergantung pada kemampuan perusahaan menyeimbangkan beragam kepentingan dari stakeholder. Jika perusahaan mampu, maka akan mendapatkan dukungan yang berkelanjutan dan menikmati pertumbuhan pangsa pasar, penjualan, serta laba. Dalam teori *stakeholder* ini, masyarakat dan lingkungan merupakan *stakeholder* inti dalam perusahaan yang harus diperhatikan (Lako, 2011).

Deegan (2004) menyatakan bahwa teori stakeholder menekankan akuntabilitas organisasi jauh melebihi kinerja keuangan atau ekonomi sederhana. Teori ini menyatakan bahwa organisasi akan memilih secara sukarela mengungkapkan tentang informasi kinerja lingkungan, sosial dan intelektual mereka melebihi dan diatas permintaan wajibnya, untuk memenuhi ekspektasi sesungguhnya atau yang diakui oleh stakeholder. Tujuan dari teori stakeholder ini untuk membantu manager korporasi mengerti lingkungan stakeholder mereka dan melakukan pengelolaan dengan lebih efektif diantara keberadaan hubungan-hubungan

dilingkungan perusahaan tersebut. Tujuan teori stakeholder lainnya yaitu untuk menolong manager korporasi dalam meningkatkan nilai dan dampak aktifitas – aktifitas perusahaan, dan meminimalkan kerugian bagi stakeholder. Untuk menjaga keberlangsungan bisnisnya, perusahaan harus dapat merangkul kepentingan para *stakeholder*. Perusahaan penting mengetahui berbagai kepentingan *stakeholder* untuk kemudian menyediakan informasi-informasi relevan terkait aktivitas perusahaan (Ulum, 2017). Aktivitas tanggung jawab sosial dapat digunakan untuk mengelola proses bisnis agar mendapatkan dampak yang positif secara keseluruhan bagi para *stakeholder* dengan melakukan pelayanan kepada orang, komunitas, dan lingkungan. Oleh karena itu, tanggung jawab sosial perusahaan hadir untuk menyelaraskan kepentingan *stakeholder* dengan kepentingan perusahaan.

2.2 Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Ghozali & Chariri (2014) mengatakan legitimasi adalah hal yang penting bagi organisasi, batasan-batasan yang ditekankan oleh norma dan nilai-nilai sosial, dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan. Hal ini dijelaskan kembali bahwa teori legitimasi sangat bermanfaat dalam menganalisis perilaku organisasi. Organisasi berusaha menciptakan keselarasan anatar nilai sosial yang melekat pada kegiatan dengan norma perilaku yang ada dalam sistem sosial masyarakat. Selama kedua sistem nilai tersebut selaras atau sejalan maka dapat dilihat hal tersebut sebagai legitimasi perusahaan. Teori legitimasi berfokus pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat (Ghozali & Chariri, 2014). Yang melandasi teori legitimasi yaitu ”kontrak sosial” yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Shocker dan Sethi (1974) dalam Ghozali & Chariri (2014), menjelaskan tentang konsep kontrak sosial yaitu semua institusi sosial tidak terkecuali perusahaan beroperasi dimasyarakat melalui kontrak social-baik eksplisit maupun implisit dimana kelangsungan hidup dan pertumbuhannya didasarkan pada:

1. Hasil akhir (*output*) yang secara sosial dapat diberikan kepada masyarakat luas.
2. Distribusi manfaat ekonomi, sosial atau politik kepada kelompok sesuai dengan power yang dimiliki.

Legitimasi merupakan sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi dapat dikatakan sebagai manfaat atau sumber potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup dalam keberlangsungan perusahaan. Legitimasi masyarakat dapat mempengaruhi perkembangan perusahaan dimasa mendatang. Menurut Suchman (1995) legitimasi dianggap sebagai menyamakan persepsi atau asumsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas adalah tindakan yang diinginkan, pantas dan sesuai dengan norma, nilai, kepercayaan dan definisi yang dikembangkan secara sosial. Hidayati dan Murni (2009) menyatakan bahwa untuk dapat mempertahankan keberlangsungan hidupnya, perusahaan harus mengupayakan legitimasi atau pengakuan baik dari investor, kreditor, konsumen, pemerintah maupun masyarakat sekitar. Legitimasi ini diperlukan perusahaan untuk dapat menjalankan usahanya. Menurut Deegan (2004) menjelaskan teori legitimasi merupakan suatu pemahaman bahwa terdapat hal yang mendasarinya yaitu kontrak sosial atas perusahaan dengan lingkungan tempat beroperasi. Kontrak sosial yang dimaksudkan adalah untuk menjelaskan sejumlah harapan masyarakat tentang bagaimana seharusnya organisasi melaksanakan operasinya. Harapan sosial ini bersifat tidak tetap, namun akan berubah seiring dengan berjalannya waktu. Hal ini menuntut perusahaan untuk lebih responsif terhadap lingkungan dimana mereka beroperasi (Ulum, 2017). Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan upaya yang harus dilakukan perusahaan agar legitimasinya efektif.

Melaksanakan praktik tanggung jawab sosial perusahaan beserta pengungkapan dapat digunakan perusahaan untuk membangun citranya di mata publik. Legitimasi erat kaitannya dengan berbagai aktivitas yang dilakukan perusahaan, sehingga persepsi itu dapat tercipta. Oleh karena itu, agar aktivitas perusahaan

dapat terus berlanjut maka perusahaan perlu memperhatikan norma sosial dan lingkungan lokasi mereka berada. Teori Legitimasi mengatakan bahwa organisasi harus secara terus – menerus mencoba untuk meyakinkan bahwa mereka atau sebuah organisasi akan melakukan kegiatan sesuai batasan dan norma – norma masyarakat. Legitimasi dianggap sebagai asumsi bahwa tindakan yang dilakukan suatu perusahaan merupakan tindakan yang diinginkan, pantas, atau sesuai dengan sistem, norma, nilai, kepercayaan, dan definisi yang dikembangkan secara sosial (Rustiarini, 2011). Menurut Gery., *et. al* (1996) menyampaikan bahwa legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat, pemerintah individu dan kelompok masyarakat. Akibat sebagai suatu sistem yang mengedepankan keberpihakan kepada masyarakat, maka operasi harus kongruen dengan harapan masyarakat.

2.3 Teori *Resource Based*

Resource Based theory (RBT) merupakan suatu teori yang berkembang dalam teori manajemen strategik dan memiliki keunggulan kompetitif perusahaan yang meyakini bahwa perusahaan akan mencapai keunggulan apabila memiliki sumber daya yang unggul. Dalam teori ini, memperlihatkan bagaimana kemampuan perusahaan bersaing dalam mengembangkan sumber dayanya sehingga dapat mempertahankan perusahaannya dalam jangka panjang (Solikhah *et al.*, 2010). Menurut Hodgson (1998) mengatakan bahwa berdasarkan pandangan *resources based*, perusahaan merupakan kumpulan dari berbagai sumber daya. Sumber daya didefinisikan sebagai sesuatu yang berharga, unik, tidak dapat diimitasi secara sempurna, dan tak tergantikan yang dimiliki oleh perusahaan (Branco dan Rodrigues 2006).

Menurut Bourgeois (1981) Hadirnya *slack resources* akan menentukan kebijakan yang akan ditetapkan oleh perusahaan karena esensi dari sumber tersebut. *Slack* adalah penahan (*cushion*) dalam bentuk sumber daya aktual maupun potensial yang memungkinkan sebuah organisasi beradaptasi secara sukses dari tekanan internal untuk melakukan penyesuaian atau dari tekanan eksternal untuk melakukan perubahan kebijakan, dan juga untuk menginisiasi perubahan strategi

menghadapi lingkungan eksternal. Setidaknya ada tiga manfaat hadirnya *slack resources* yang disimpulkan oleh Bourgeois (1981), yaitu mengurangi konflik kepentingan, mengurangi pengolahan kebutuhan informasi, dan membantu proses politik atau memfasilitasi perilaku strategis tertentu. Sayekti (2011) mengatakan bahwa *slack resources* yang dimiliki perusahaan akan memengaruhi kebijakan perusahaan dalam menentukan seberapa luas keterlibatan mereka dalam aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan. Oleh karena itu, semakin banyak *slack resources* yang dimiliki oleh perusahaan, maka perusahaan semakin memiliki berbagai diskresi untuk memanfaatkan adanya *slack* tersebut, salah satunya ialah untuk melakukan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan.

2.4 Feminist Ethical Theory

Feminist ethical theory menekankan pada hubungan (sosialis) dalam mengerjakan suatu tugas. Hal ini berbeda dengan pandangan *masculinist* yang menekankan pada hak dan kewajiban secara personal (individualis) dalam suatu tugas (Wicks et al., 1994 dalam Anggraeni & Djakman, 2017). Oleh karena itu, hadirnya wanita dalam dewan akan memberikan atmosfer pekerjaan yang lebih baik. Perdebatan mengenai dampak diversifikasi gender dalam kepemimpinan perusahaan telah hadir sejak beberapa tahun silam. Fenomena glass ceiling tak jarang menjadi salah satu alasan yang melatarbelakangi munculnya isu diversifikasi gender (Zhang, 2012). Fenomena ini mengatakan bahwa terdapat hambatan bagi kelompok minoritas (wanita) untuk mencapaitop *level management* pada suatu struktur organisasi meskipun berdasarkan kemampuan mereka telah memenuhi kriteria. Credit Suisse Research Institute (2012) mengungkapkan bahwa terdapat tiga faktor hadirnya perdebatan tersebut yaitu tren positif jumlah wanita dalam struktur kepengurusan entitas, intervensi pemerintah untuk mewadahi wanita dalam memberikan kontribusi pembangunan peradaban, dan adanya perubahan sudut pandang mengenai perdebatan *gender*, dari isu kesetaraan *gender* menjadi isu *superior performance*.

Dewan menjadi mekanisme utama dalam implementasi kebijakan perusahaan. Atribut yang melekat dalam pribadi dewan memberikan peran vital dalam hal

respon perusahaan terhadap tekanan yang diajukan oleh pihak eksternal, seperti dari investor, kreditur, konsumen, pemerintah, lembaga masyarakat, dan stakeholder lainnya (Post *et al.*, 2011; Liao *et al.*, 2015 dalam Anggraeni & Djakman, 2017). Hal ini disebabkan karena mereka memiliki kemampuan dan otorisasi untuk memutuskan, mengendalikan, serta mengawasi suatu kebijakan yang akan berpengaruh terhadap hasil atau *outcome* perusahaan. Kehadiran konsep tata kelola yang baik terungkap sejak adanya kasus Enron, WorldCom, dan kasus lain yang diakibatkan oleh rendahnya etika dalam berbisnis (Machold *et al.*, 2008 dalam Anggraeni & Djakman, 2017).

Penelitian empiris juga telah banyak yang menyimpulkan bahwa hadirnya sosok wanita mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap performa perusahaan. Anggota dewan wanita dikatakan lebih partisipatif, lebih terorganisir, lebih tekun, lebih kritis, dan dapat lebih menciptakan atmosfer kerja yang lebih baik (Huse dan Solberg 2006; Adams dan Ferreira 2004 dalam Anggraeni & Djakman, 2017). Hadirnya wanita dalam struktur dewan juga mengindikasikan semakin meningkatkan keberagaman perspektif anggota dewan sehingga akan memengaruhi pengambilan keputusan perusahaan (Rao *et al.*, 2012; Adams dan Ferreira 2004 dalam Anggraeni & Djakman, 2017).

2.5 Kualitas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

2.5.1 Pengertian Kualitas

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2019) pengertian Kualitas adalah tingkat baik buruknya atau taraf/derajat sesuatu, memiliki kualitas dan bermutu baik. Kualitas pengungkapan sulit untuk diukur karena tidak dapat diamati secara langsung, kualitas pengungkapan dapat dilihat dari fakta yang tepat dan akurat, ketepatan waktu, dan jumlah informasi yang diberikan (Takhtaei *et al.*, 2014). Subiyantoro (1997) dalam Haryanto & Aprilia (2008) mengatakan kualitas dalam sebuah informasi merupakan cakupan luas atau kelengkapannya dalam mengungkapkan sebuah informasi, dan kualitas tampak sebagai atribut-atribut yang penting dari suatu informasi akuntansi. Dengan kata lain bahwa tingginya

kualitas informasi akuntansi akan berhubungan sangat erat dengan tingkat kelengkapan pengungkapan dari sebuah informasi (Haryanto & Aprilia, 2008).

Kualitas memerlukan suatu proses perbaikan yang terus menerus, yang dapat diukur, baik secara individual, organisasi, dan korporasi (Ariani, 2014). Kualitas pengungkapan yaitu terkait dengan seberapa luasnya atau banyaknya informasi yang diungkapkan perusahaan dalam laporan tahunan atau laporan keberlanjutan terkait dengan *corporate governance* yang baik. Tuntutan dari *stakeholders* membuat perusahaan mengungkapkan informasi didalam laporan tahunannya baik itu bersifat sukarela atau mandatori, dengan banyaknya yang diungkapkan oleh perusahaan maka akan mempengaruhi kualitas pengungkapan dalam suatu perusahaan (Pramono, 2011).

2.5.2 Pengertian Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Pengungkapan diartikan sebagai informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan baik itu secara finansial dan non finansial, kualitatif atau kuantitatif, wajib atau sukarela, dan harus disebar luaskan melalui cara yang formal atau non formal. Pengungkapan yang lebih luas akan cenderung lebih informatif dari pada pengungkapan yang singkat, karena pengungkapan yang luas merupakan indikator transparansi yang sangat baik. Kata *disclosure* memiliki arti tidak menutupi atau tidak menyembunyikan, jika dikaitkan dengan sebuah data *disclosure* berarti memberikan data yang bermanfaat kepada pihak yang memerlukan data tersebut. Pengungkapan harus memberikan informasi yang jelas mengenai hasil aktifitas suatu unit usaha, serta informasi ini harus lengkap, jelas dan dapat menggambarkan secara tepat mengenai kejadian-kejadian ekonomi yang berpengaruh terhadap hasil operasi unit usaha. Pengungkapan memiliki tiga konsep, yaitu konsep pengungkapan yang cukup (*adequate*), wajar (*fair*), dan lengkap (*full*). Pengungkapan ini mencakup pengungkapan minimal yang harus dilakukan agar tidak menyesatkan. Wajar dan lengkap merupakan konsep yang lebih bersifat positif. Pengungkapan secara wajar menunjukkan tujuan etis agar dapat memberikan perlakuan yang sama dan bersifat umum bagi semua pemakai laporan keuangan (Ghozali & Chariri, 2014).

Menurut Guthrie dan Parker (1990) dalam Awuy *et al.*, (2016) pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang terdapat didalam laporan tahunan dan laporan keberlanjutan yang merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan, dan melegitimasi kontribusi dalam perusahaan dari sisi ekonomi dan politis. Pengungkapan sosial dan lingkungan merupakan proses yang digunakan oleh perusahaan untuk mengungkapkan informasi berkaitan dengan kegiatan perusahaan dan pengaruhnya terhadap kondisi sosial masyarakat dan lingkungannya. Pengungkapan sosial dan lingkungan merupakan wujud dari akuntabilitas perusahaan kepada publik untuk menjelaskan berbagai dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh perusahaan, baik itu pengaruh yang berdampak buruk atau berdampak baik dalam lingkungan sosial perusahaan. Menurut Pasal 66 ayat 2 dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas wajib mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan dalam *annual report* atau laporan keberlanjutan (*sustainability report*) perusahaan. Laporan tahunan dan laporan keberlanjutan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus memuat sekurang-kurangnya:

- a. laporan keuangan yang terdiri atas sekurang-kurangnya neraca akhir tahun buku yang baru lampau dalam perbandingan dengan tahun buku sebelumnya, laporan laba rugi dari tahun buku yang bersangkutan, laporan arus kas, dan laporan perubahan ekuitas, serta catatan atas laporan keuangan tersebut;
- b. laporan mengenai kegiatan Perseroan;
- c. laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan;
- d. rincian masalah yang timbul selama tahun buku yang mempengaruhi kegiatan usaha Perseroan;
- e. laporan mengenai tugas pengawasan yang telah dilaksanakan oleh dewan komisaris selama tahun buku yang baru lampau;
- f. nama anggota direksi dan anggota dewan komisaris;
- g. gaji dan tunjangan bagi anggota direksi dan gaji atau honorarium dan tunjangan bagi anggota dewan komisaris perseroan untuk tahun yang baru lampau.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat didefinisikan sebagai informasi yang diungkapkan perusahaan tentang dampak lingkungan dan hubungannya dengan para pemangku kepentingannya melalui saluran komunikasi yang relevan (Campbell 2004; Gray *et al.* 2001; Gamerschlag *et al.*, 2011). Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan bersifat wajib seperti yang tertera dalam pasal 74 dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas:

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

2.5.3 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

2.5.3.1 Pengertian Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) yang dikutip dalam Effendi (2016) berpendapat bahwa “Tanggung Jawab Sosial Perusahaan adalah komitmen bisnis yang dilakukan perusahaan untuk dapat berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan, serta masyarakat setempat dan masyarakat secara keseluruhan dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan”. *Guidance on Social Responsibility* mendefinisikan tanggung jawab sosial perusahaan, dalam ISO 26000 (2010) tanggung jawab sosial perusahaan adalah tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-

keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang diterapkan dan norma-norma perilaku internasional, serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh.

Menurut Undang-undang Perseroan Terbatas No. 40 tahun 2007 pasal 1 ayat 3, tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perusahaan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Ketentuan yang dimaksudkan ini untuk mendukung terjalinnya hubungan perusahaan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat, maka ditentukan bahwa perusahaan yang kegiatan usahanya di bidang dan berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu elemen penting dalam keberlanjutan usaha suatu perusahaan, dan merupakan gagasan yang membuat perusahaan tidak hanya berorientasi pada *profit* yang optimal, tetapi juga terhadap isu-isu sosial dan lingkungan sekitar perusahaan yang tujuannya untuk keberlangsungan hidup perusahaan. Supaya tanggung jawab sosial perusahaan mendatangkan manfaat lebih, maka tanggung jawab sosial perusahaan harus diimplementasikan secara keberlanjutan (*sustainable*), yang selanjutnya akan dilaporkan dalam bentuk laporan keberlanjutan (*sustainable report*). Laporan keberlanjutan adalah laporan *non financial* yang dipakai perusahaan sebagai acuan untuk melihat pelaporan dari beberapa dimensi yaitu sosial, ekonomi, dan lingkungan. Tanggung jawab sosial perusahaan memiliki hubungan erat dengan pembangunan berkelanjutan, dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan harus dilakukan secara rutin untuk dapat menciptakan pembangunan yang berkelanjutan. Pelaksanaan program tanggung jawab sosial perusahaan

terjadi dikarenakan perusahaan tidak hanya memperhatikan profit melainkan citra perusahaan dimata para *stakeholder* (Anggraini, 2019).

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan merupakan cara yang dilakukan oleh perusahaan untuk dapat mengelola kegiatan bisnis agar mendapatkan dampak yang positif secara keseluruhan bagi *stakeholder* dengan melakukan pelayanan kepada orang, komunitas dan lingkungan yang berguna untuk memperbaiki kualitas hidup *stakeholder* (Harjoto dan Jo, 2011). Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu komitmen yang berkelanjutan di dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat atau masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerja beserta keluarganya. Babalola (2012) menyatakan bahwa teori tanggung jawab sosial perusahaan diartikan sebagai konsep *triple bottom line* yaitu *people*, *planet*, dan *profit*. Berdasarkan pada konsep tersebut maka perusahaan bertanggung jawab atas seluruh aktivitas sosial, lingkungan dan tidak hanya pada laba yang dihasilkan:

1. *Profit*. Perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang.
2. *People*. Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Beberapa perusahaan mengembangkan program tanggung jawab sosial perusahaan, berupa pemberian beasiswa bagi pelajar sekitar perusahaan, dan pendirian pendidikan dan kesehatan.
3. *Planet*. Perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keragaman hayati. Beberapa program tanggung jawab sosial yang berpijak pada prinsip ini biasanya berupa pengijauan 13 lingkungan hidup, penyediaan air bersih, perbaikan pemukiman, pengembangan pariwisata.

2.5.3.2 Tujuan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Tujuan dari pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menurut (Saputri, 2011) dalam (Dela, 2014):

- 1) Untuk meningkatkan dan mempertahankan citra perusahaan di mata publik dengan asumsi bahwa perilaku perusahaan secara fundamental adalah baik.
- 2) Untuk meningkatkan akuntabilitas perusahaan dengan asumsi adanya kontrak sosial antara perusahaan dan masyarakat. Hadirnya kontrak sosial ini menuntut dibebaskannya akuntabilitas sosial.

2.5.3.3 Manfaat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Wibisono (2007) dalam Tasya (2019) menjelaskan tiga alasan utama mengapa pentingnya respon perusahaan terhadap isu-isu tanggung jawab sosial perusahaan yaitu:

- 1) Perusahaan merupakan bagian dari masyarakat untuk itu penting bagi perusahaan memperhatikan masyarakat sekitarnya.
- 2) Pelaku bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan *simbiosis mutualisme*.
- 3) Salah satu cara menghindari konflik kepentingan adalah melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan.

Menurut Wibisono (2007) dalam Tasya (2019) dari sisi perusahaan terdapat berbagai manfaat dari aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan yaitu:

- 1) Meminimalkan resiko dan tuduhan tentang perlakuan tidak etis yang diterima perusahaan.
- 2) Tanggung jawab sosial perusahaan sebagai pelindung dan membantu perusahaan mengurangi dampak buruk.
- 3) Rasa Keterlibatan dan kebanggaan yang dirasakan karyawan.
- 4) Tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan secara keberlanjutan dapat memperbaiki hubungan antara perusahaan dengan *stakholdernya*.
- 5) Meningkatkan penjualan produk perusahaan.

2.5.4 Indeks Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Pembahasan mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, dapat disebutkan bahwa terdapat item-item tanggung jawab sosial perusahaan yang diungkapkan oleh perusahaan yang bersifat sukarela dikarenakan sampai saat ini belum ada peraturan yang jelas tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Terdapat banyak standar yang dijadikan indikator dalam praktik pertanggung jawaban sosial atau *social responsibility*. Standar yang digunakan dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yaitu GRI atau *Global Reporting Initiative* yang merupakan panduan dalam pelaporan yang dibuat oleh PBB melalui *Coalition for Environmental Economies* (CERES) dan UNEP tahun 1997. GRI merupakan organisasi *non profit* yang mempromosikan keberlanjutan social, ekonomi dan lingkungan. GRI menyediakan kerangka laporan keberlanjutan yang komprehensif untuk seluruh perusahaan serta organisasi yang digunakan diseluruh dunia. Pedoman GRI terdiri dari beberapa tahapan yaitu G3, G3.1, dan G4. G3 merupakan versi awal dari pedoman GRI yang terdiri dari 79 indikator, sedangkan G3.1 merupakan versi dari pengembangan G3 yang didalamnya terdiri atas 84 indikator termasuk 79 indikator sebelumnya pada G3. Selanjutnya G4 merupakan pedoman terbaru yang memiliki 91 indikator, dengan beberapa perubahan dan tambahan lainnya yang akan menyempurnakan pedoman GRI.

Menurut Pedoman Pelaporan Keberlanjutan GRI G4, pengungkapan standar indikator dalam *Sustainability Report* atau laporan keberlanjutan terdiri dari :

1. Kategori Ekonomi, yaitu menggambarkan arus modal diantara pemangku kepentingan yang berbeda, dan dampak ekonomi utama dari organisasi di seluruh lapisan masyarakat.
2. Kategori Lingkungan, yaitu meliputi dampak yang terkait dengan input seperti (energi dan air) dan output seperti (emisi, efluen, dan limbah). Termasuk juga keanekaragaman hayati, transportasi, dan dampak yang berkaitan dengan produk dan jasa, serta kepatuhan dan biaya lingkungan.

3. Kategori Sosial, yaitu membahas dampak yang dimiliki organisasi terhadap sistem sosial dimana organisasi beroperasi. Kategori ini dibagi menjadi 4 bagian sub kategori, yaitu :
- a. Hak Asasi Manusia (HAM), membahas sejauh mana proses yang telah diterapkan, insiden pelanggaran hak asasi manusia, dan perubahan kemampuan pemangku kepentingan untuk mendapatkan dan menggunakan hak asasi mereka.
 - b. Masyarakat, membahas yang dimiliki organisasi terhadap masyarakat dan masyarakat lokal.
 - c. Tanggung jawab atas produk, berhubungan dengan produk dan jasa yang secara langsung mempengaruhi pemangku kepentingan, dan secara khusus kepada para pelanggan.
 - d. Praktik Ketenagakerjaan dan Kenyamanan Bekerja, didasarkan pada standar universal yang diakui secara internasional.

Sebagai acuan untuk melakukan penilaian atas kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, menggunakan indikator GRI G4 dengan laporan keberlanjutan. Indikator GRI G4 terdiri atas 3 kategori pengungkapan, yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan. Indikator ini digunakan karena aturan internasional yang sudah diakui oleh banyak perusahaan.

2.5.5 Sustainability Reporting Disclosure (Laporan Keberlanjutan)

Sustainability Reporting adalah pelaporan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengukur, mengungkapkan (*disclose*), serta usaha perusahaan untuk menjadi perusahaan yang akuntabel bagi semua pemangku kepentingan untuk tujuan kinerja perusahaan menuju pembangunan yang berkelanjutan, atau dapat pula diartikan suatu laporan yang bersifat *non-financial* yang dapat dipakai sebagai acuan oleh perusahaan untuk melihat pelaporan dari dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan (Effendi, 2016). Laporan keberlanjutan (*sustainability reporting*) dapat diterbitkan secara terpisah maupun terintegrasi dalam laporan tahunan. *Global Reporting Initiative* (GRI) sudah mengeluarkan pedoman yang digunakan untuk mengukur praktik manajemen keberlanjutan. Dalam Effendi (2016), ada

beberapa alasan mengapa perusahaan menyajikan laporan keberlanjutan terpisah dari laporan tahunan, antara lain yaitu:

1. Laporan keberlanjutan sebagai alat komunikasi bagi manajemen dengan para pemangku kepentingan untuk menyampaikan pesan bahwa perusahaan telah menjalankan pengembangan yang berkelanjutan.
2. Memperoleh *positive image* atau citra yang positif dari pihak *stakeholders*.
3. Pencarian legitimasi dari *stakeholders*.

Sustainability Reporting adalah suatu model pelaporan informasi korporasi kepada pemangku kepentingan yang mengintegrasikan pelaporan keuangan atau pelaporan sosial, pelaporan lingkungan, dan pelaporan tata kelola perusahaan secara terpadu dalam satu paket pelaporan. *Sustainability reporting* didesain untuk membantu perusahaan merencanakan, mempersiapkan, melaporkan dan mengungkapkan informasi tentang komitmen, pelaksanaan, pengukuran, pengungkapan, dan pertanggungjawaban perusahaan terhadap kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan serta tata kelola perusahaan secara terpadu dan berkelanjutan. Dengan adanya laporan keberlanjutan perusahaan, *stakeholder* mampu mengevaluasi dan mengambil keputusan-keputusan ekonomi dan non ekonomi secara tepat dan akurat (Lako, 2018). *Sustainability reporting disclosure* dikembangkan agar perusahaan dapat memberikan informasi yang material, lengkap, berimbang, dapat diperbandingkan, akurat, tepat waktu, jelas dan dapat dipercaya tentang komitmen, pelaksanaan dan kinerja serta pengelolaan ekonomi, sosial, lingkungan, dan tata kelola perusahaan.

2.6 Slack Resources

Cyert dan March (1963) *slack resources* adalah sumber daya yang belum dipakai untuk tujuan tertentu, atau sebagai sumber daya (*resources*) berlebih melampaui tingkat sumber daya minimal yang diperlukan untuk mempertahankan keutuhan perusahaan. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan juga dipengaruhi oleh sumber daya (*slack resources*) yang dimiliki oleh perusahaan karena pelaksanaan maupun pelaporannya membutuhkan sumber daya yang memadai. *Slack* adalah kumpulan sumber daya organisasi yang melebihi minimum yang

diperlukan untuk menghasilkan tingkat *output* organisasi tertentu. *Slack* digunakan untuk menggambarkan sumber daya yang berpotensi dimanfaatkan yang dapat dialihkan atau digunakan kembali untuk pencapaian tujuan organisasi (George, 2005). Kontrol internal dan mengadakan pendanaan dapat lebih luas jika ada *slack* dalam suatu perusahaan dikarenakan *slack* dapat diarahkan ke proyek-proyek dengan hasil yang tidak pasti, dan mendorong suatu perusahaan untuk berinovasi.

Slack resources menurut Bourgeois (1981) adalah kelebihan sumber daya yang aktual dan potensial yang dimiliki perusahaan yang dapat digunakan untuk beradaptasi terhadap perubahan kondisi dari tekanan internal maupun tekanan eksternal perusahaan. Kelebihan sumber daya yang potensial ini dapat dimanfaatkan perusahaan dengan maksimal sehingga menghasilkan output yang maksimal. Menurut Folta *et al.*, (2016) *Slack resources* atau kelebihan sumber daya memiliki efek positif pada kinerja perusahaan, tingkat kelebihan sumber daya tertentu memberikan fleksibilitas untuk bereksperimen, mengambil risiko dan melakukan inisiatif proaktif. Perusahaan menggunakan *Slack* ini untuk membangun kemampuan yang membuatnya kompetitif sementara memungkinkan mereka untuk membuat pilihan strategis.

Sayekti (2011) menyatakan bahwa *slack resources* yang dimiliki perusahaan akan mempengaruhi kebijakan perusahaan dalam menentukan atau mengambil seberapa luas keterlibatan mereka dalam aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan. *Slack resources* merupakan kelebihan sumber daya yang aktual dan potensial yang dimiliki perusahaan yang dapat digunakan untuk melindungi perusahaan dari risiko dari tekanan internal maupun tekanan eksternal perusahaan sehingga dapat memberikan efek positif terhadap kinerja perusahaan. *Slack Resources* memungkinkan perusahaan untuk beradaptasi dengan pandangan kompetitif yang lebih kompleks, sehingga berdampak pada perusahaan. Perusahaan yang memiliki kelebihan sumber daya memberikan kebebasan untuk memutuskan tindakan.

Menurut Nohria dan Gulati (1996) *slack resources* adalah kelebihan sumber daya (*resources*) melampaui tingkat sumber daya yang dibutuhkan untuk menghasilkan tingkat output. Ada empat fungsi utama dengan adanya *slack resources* menurut *organizational resources*, yaitu:

- a. Ajakan yang merepresantasikan besarnya pembayaran kepada pemangku kepentingan melebihi kebutuhan perusahaan untuk *going concern*.
- b. Sumber daya berguna untuk menyelesaikan konflik dan permasalahan di perusahaan.
- c. Penyangga perusahaan dari berbagai ketidakpastian lingkungan di sekitar perusahaan.
- d. Fasilitator perilaku strategis perusahaan sehingga dapat bereksperimen dengan strategi baru, seperti membuat produk baru.

Mubasysyir (2009) mengatakan *slack resources* menandakan sebuah organisasi itu sehat. *Slack resources* ini mengacu pada sejumlah dana yang tersimpan yang digunakan sewaktu-waktu untuk melakukan kegiatan-kegiatan di luar dugaan atau di luar yang telah direncanakan. Karena dana tersebut, organisasi bisa memiliki kesempatan untuk bertahan sehingga dapat menyangga krisis. *Slack resources* dapat diukur dengan kebijakan perusahaan yang ada. Terdapat dua kebijakan dalam *slack resources*, yaitu *low-discretionary slack* dan *high-discretionary slack*. Kelonggaran dari sumber daya yang dapat diserap oleh perusahaan termasuk dalam *low-discretionary slack*, contohnya: hutang, aktiva tetap, dan kelebihan kapasitas, sedangkan kelonggaran dari sumber daya yang tidak diserap termasuk *high-discretionary slack*, contohnya: uang tunai dan piutang (George, 2005).

2.7 Komite Audit

2.7.1 Pengertian Komite Audit

Menurut Effendi (2016), Ikatan Komite Audit Indonesia (IKAI) mendefinisikan komite audit merupakan suatu komite yang bekerja secara profesional dan independen, komite audit ini dibentuk oleh dewan komisaris untuk menjalankan fungsi pengawasan atas proses pelaporan keuangan, manajemen risiko, pelaksanaan audit, dan implementasi dari *corporate governance* di dalam

perusahaan (Effendi, 2016). 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. Dalam Pedoman GCG Indonesia (KNKG, 2006) dijelaskan bahwa komite audit bertugas membantu dewan komisaris untuk memastikan bahwa laporan keuangan disajikan secara wajar dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum, struktur pengendalian internal yang baik, pelaksanaan audit dilaksanakan dengan baik, dan tidak lanjut temuan hasil audit dilaksanakan oleh manajemen. Komite Audit merupakan komite yang dibentuk dan bertanggung jawab kepada Dewan Komisaris sesuai dengan peraturan Bapepam-LK dan Bursa Efek Indonesia. Fungsi Komite Audit adalah membantu dewan komisaris dalam pengawasan terhadap:

- Integritas dan mutu laporan keuangan yang akan dipublikasikan
- Efektifitas dalam pelaksanaan audit oleh auditor eksternal dan internal
- Penerapan pengelolaan risiko
- Ketaatan terhadap peraturan yang berlaku

Keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (Bapepam LK-sekarang OJK) Nomor Kep. 643/BL/2012 Tanggal 7 Desember 2012 (Peraturan Bapepam Nomor IX.I.5 tentang Pembentukan dan Pedoman Pelaksanaan Kerja Komite Audit) mengatakan bahwa emiten atau perusahaan wajib memiliki komite audit. Menurut Keputusan Ketua Bapepam Nomor: Kep-41/PM/2003 dikatakan bahwa komite audit adalah komite yang dibentuk dan bertanggung jawab kepada dewan komisaris dalam rangka membantu melaksanakan tugas dan fungsinya dewan komisaris. Komite audit bertindak secara independen dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya. Komite audit diwajibkan untuk memiliki piagam komite audit. Definisi lainnya mengatakan bahwa komite audit merupakan organ pendukung dewan komisaris yang bekerja secara kolektif dan berfungsi membantu dewan komisaris dalam melaksanakan tugasnya. Pembentukan komite audit harus dilengkapi dengan

Piagam Komite Audit yang ditanda tangani oleh komisaris utama dan direktur utama perseroan. Ketua maupun anggota komite audit diangkat dan diberhentikan oleh Rapat Dewan Komisaris. Komite audit bertindak mandiri baik dalam pelaksanaan tugasnya maupun dalam pelaporan, dan bertanggung jawab langsung kepada dewan komisaris. Peraturan Bapepam Nomor IX.I.5 menyebutkan bahwa komite audit minimalnya terdiri atas 3 (tiga) orang anggota yang berasal dari komisaris independen dan pihak luar. Anggota komite audit sekurang-kurangnya terdiri dari 3 (tiga) orang dengan komposisi 2 (dua) orang anggota dewan komisaris dan 1 (satu) orang tenaga ahli yang bukan merupakan pihak internal perusahaan yang bersangkutan, dan memiliki keahlian, pengalaman dibidang audit dan kualitas lain yang diperlukan. Anggota komite audit yang berasal dari dewan komisaris perseroan bertindak sebagai ketua komite audit. Masa tugas anggota komite tidak boleh lebih lama dari masa jabatan dewan komisaris dan dapat dipilih kembali untuk satu periode berikutnya.

Berdasarkan Surat Edaran dari Direksi PT. Bursa Efek Jakarta No. SE-008/BEJ/12-2001 tanggal 7 Desember 2001 perihal keanggotaan komite audit, disebutkan bahwa :

- Jumlah anggota Komite Audit sekurang-kurangnya 3 (tiga) orang, termasuk Ketua Komite audit.
- Anggota Komite Audit yang berasal dari komisaris hanya sebanyak 1 (satu) orang. Anggota Komite Audit yang berasal dari komisaris tersebut harus merupakan Komisaris Independen perusahaan tercatat yang sekaligus menjadi ketua komite audit.
- Anggota lainnya dari komite audit adalah berasal dari pihak eksternal yang independen. Yang dimaksud pihak eksternal adalah pihak diluar perusahaan tercatat yang bukan merupakan komisaris, direksi dan karyawan perusahaan tercatat, sedangkan yang dimaksud independen adalah pihak diluar perusahaan tercatat yang tidak memiliki hubungan usaha dan hubungan afiliasi dengan perusahaan tercatat, komisaris, direksi dan pemegang saham utama perusahaan tercatat dan mampu memberikan

pendapat profesional secara bebas sesuai dengan etika profesionalnya, tidak memihak kepada kepentingan siapapun.

2.7.2 Tugas dan Fungsi Komite Audit

Sesuai dengan Kep. 29/PM/2004, komite audit adalah komite yang dibentuk oleh dewan komisaris untuk membantu melaksanakan tugas dan fungsinya. Komite audit memiliki tugas terpisah dalam membantu dewan komisaris untuk memenuhi tanggung jawabnya dalam memberikan pengawasan secara menyeluruh (FCGI, 2002). Menurut Kepmen BUMN No. KEP-117/M-MBU/2002, komite audit bertugas membantu komisaris/dewan pengawas dalam memastikan efektivitas sistem pengendalian intern dan efektivitas pelaksanaan tugas eksternal auditor dan internal auditor. Sedangkan menurut Peraturan Bapepam LK No. IX.1.5, komite audit bertanggung jawab melakukan penelaahan atas informasi keuangan yang dikeluarkan perusahaan, melakukan penelaahan atas ketaatan perusahaan atas peraturan perundang-undangan di pasar modal dan peraturan perundang-undangan lainnya, serta Melakukan penelaahan atas pelaksanaan pemeriksaan oleh auditor eksternal. Selain itu, pada peraturan nomor delapan poin (b), dikatakan bahwa komite audit harus membuat laporan komite audit tentang kegiatan komite audit dalam satu tahun serta hasil notulensi rapat (Effendi, 2016).

Menurut peraturan Bapepam LK Nomor: Kep-643/BL/2012 komite audit harus mengadakan rapat minimal satu kali dalam tiga bulan, atau empat kali dalam satu tahun. Pada umumnya tanggung jawab komite audit meliputi tiga bidang, yaitu :

1. Laporan Keuangan (*Financial Reporting*), adalah untuk memastikan bahwa laporan keuangan yang dibuat oleh manajemen telah memberikan gambaran yang sebenarnya tentang kondisi keuangan, hasil usahanya, serta rencana dan komitmen jangka panjang.
2. Tata Kelola Perusahaan (*Corporate Governance*), adalah untuk memastikan, bahwa perusahaan telah dijalankan sesuai undang-undang dan peraturan yang berlaku, melaksanakan usahanya dengan beretika, melaksanakan pengawasannya secara efektif terhadap benturan kepentingan dan kecurangan yang dilakukan oleh karyawan perusahaan.

3. Pengawasan Perusahaan (*Corporate Control*), tanggung jawab Komite Audit untuk pengawasan perusahaan termasuk di dalamnya pemahaman tentang masalah serta hal-hal yang berpotensi mengandung risiko dan sistem pengendalian intern serta memonitor proses pengawasan yang dilakukan oleh auditor internal. Ruang lingkup audit internal harus meliputi pemeriksaan dan penilaian tentang kecukupan dan efektifitas sistem pengawasan intern.

Komite audit merupakan alat yang efektif untuk melakukan mekanisme pengawasan, sehingga dapat mengurangi biaya agensi dan meningkatkan kualitas pengungkapan perusahaan (Foker, 1992 dalam Wardhani, 2011). Komite audit bertanggung jawab mengawasi laporan keuangan, mengawasi audit eksternal, dan mengamati sistem pengendalian internal (termasuk audit internal) dapat mengurangi sifat oportunistik dari manajemen yang melakukan manajemen laba. Peran komite audit sangat penting dalam melakukan tanggung jawab untuk melakukan pengawasan atas kinerja manajemen dan memberikan informasi yang akurat dan tepat pada pelaporan keuangan perusahaan. Komite audit merupakan komponen dalam sistem pengendalian perusahaan. Selain itu komite audit sering dianggap sebagai penghubung antara pemegang saham dan dewan komisaris dengan pihak manajemen dalam menangani masalah pengendalian. (Komalasari, 2017).

2.8 Feminisme dewan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2019) *Feminisme* adalah gerakan wanita yang menuntut atau meminta persamaan hak sepenuhnya antara kaum wanita dan kaum pria (KBBI, 2019). *Feminisme* adalah paham atau keyakinan bahwa perempuan benar-benar bagian dari alam manusia, bukan dari yang lain yang menuntut kesetaraan dengan laki-laki dalam setiap aspek kehidupan, tanpa melihat kodrat dan fitrahnya. Kesetaraan ini biasanya disebut juga dengan istilah kesetaraan gender (*gender equality*). Dalam hal kesetaraan gender dapat diartikan bahwa dengan adanya kesamaan kondisi laki-laki maupun perempuan dalam mendapatkan hak-haknya sebagai makhluk sosial atau manusia. Hal ini

diharapkan agar mampu berperan dan berpartisipasi dalam semua kegiatan seperti politik, ekonomi, sosial, budaya, pendidikan serta kesamaan dalam menikmati pembangunan (Nuryati, 2015). Dengan terciptanya peran wanita yang berkesempatan dalam memegang peranan sebagai kepemimpinan dapat membawa dampak yang positif, yaitu permasalahan kesetaraan gender ditandai dengan tidak adanya perbedaan atau diskriminasi antara perempuan dan laki-laki.

Feminisme dewan diproksikan dengan diverifikasikan *gender* dalam anggota dewan. Pada era modern saat ini perusahaan-perusahaan besar di Indonesia memberikan kesempatan yang sama pada setiap individu untuk dapat menempati posisi yang penting dalam perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari adanya wanita yang menempati posisi di jajaran dewan komisaris dan dewan direksi (Hadya dan Susanto, 2018). Gender merupakan status, yang dibangun melalui sosial, budaya, psikologis berarti berdasarkan pada ciri-ciri pribadi. Persepsi secara umum terdapat perbedaan antara pria dan wanita walaupun sudah mulai berkurang (Rohail dan Maran, 2015). Dengan pengertian bahwa pria memiliki sikap yang maskulin dengan ciri sifat mandiri, rasional, pertimbangan penuh, dan kompetitif, sebaliknya jika seorang wanita dengan sifat feminimnya mempunyai ciri sifat mengayomi, sensitif, penuh perhatian, dan mengandalkan intuisi (Unger, 1979) dalam (Faramita, 2016). Wanita dinilai dengan sikap kehati-hatian yang tinggi, teliti dan cenderung menghindari resiko dibandingkan dengan laki-laki (Kusumastuti, 2007). Selain itu wanita umumnya cenderung menganalisis masalah sebelum menentukan keputusan (Robbins dan Judge, 2008) dalam (Hadya dan Susanto, 2018). Dengan adanya wanita pada jajaran dewan komisaris dan direksi diharapkan dapat meningkatkan pengungkapan informasi di perusahaan. *Feminisme* dewan dihitung dengan cara membandingkan proporsi wanita yang ada di dewan direksi dan dewan komisaris perusahaan terhadap total direksi dan dewan komisaris suatu perusahaan.

2.9 Penelitian Terdahulu

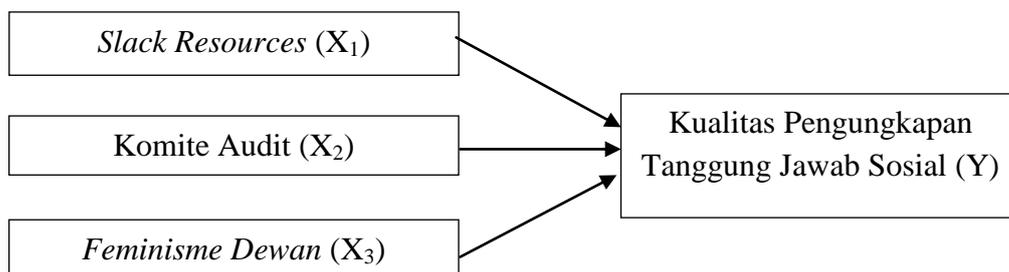
Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul penelitian	Variabel	Hasil penelitian
1.	Anggraeni Dian Yuni, dan Djakman. C. D. (2017)	<i>Slack Resources, Feminisme Dewan</i> dan Kualitas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.	- Kualitas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Y) - <i>Slack Resources</i> (X_1) - <i>Feminisme Dewan</i> (X_2)	- Terdapat pengaruh positif antara <i>slack resources</i> dan Kualitas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. - Tidak terdapat pengaruh antara feminisme dewan dan Kualitas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.
2	Setiawan Doddy, Hapsari Ratna Tri, dan Wibawa Anas (2018).	Dampak Karakteristik Dewan Direksi Terhadap Pengungkapan <i>Tanggung jawab sosial perusahaan</i> Pada Perusahaan Pertambangan Di Indonesia	- Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Y) - Direktur asing (X_1) - Masa jabatan (X_2) - Gender (X_3) - Ukurang dewan direksi (X_4)	- Terdapat pengaruh positif antara masa jabatan, gender direktur utama, dan ukuran dewan direksi terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. - Terdapat pengaruh negatif antara direktur asing terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.
3	Rahmawati, Yuliana (2018)	Pengaruh <i>Slack Resources</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	- Tanggung Jawab Sosial (Y) - <i>Slack Resources</i> (X_1) - <i>Good Corporate Governance</i> (X_2)	- Terdapat pengaruh negatif antara <i>slack resources</i> , Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. - Terdapat pengaruh positif antara <i>Good Corporate Governanc</i> terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.
4	Tasya Nadia Dwi, dan Cheisviyanny Charoline (2019)	Pengaruh <i>Slack Resources</i> , dan Gender Dewan Terhadap Kualitas Pengungkapan <i>Tanggung</i>	- Kualitas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Y) - <i>Slack Resources</i>	- Terdapat pengaruh negatif dan signifikan antara <i>Slack Resources</i> terhadap Kualitas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. - Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara

		<i>jawab sosial perusahaan</i>	(X_1) - Gender Dewan (X_2)	Gender Dewan terhadap Kualitas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.
5	Hasanah, Iswatin Lutfi (2019)	<i>Slack Resources</i> , Rapat Dewan Komisaris, dan <i>Feminisme</i> Dewan Direksi Terhadap Kualitas Pengungkapan Tanggung jawab Sosial Perusahaan	- Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Y) - <i>Slack Resources</i> (X_1) - Rapat Dewan Komisaris (X_2) - <i>Feminisme</i> Dewan (X_3)	- Terdapat pengaruh positif antara <i>slack resources</i> , dan <i>Feminisme</i> Dewan terhadap Kualitas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. - Terdapat pengaruh negatif antara Rapat Dewan Komisaris terhadap Kualitas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.

2.10 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian tersebut dapat disusun kerangka pemikiran teoritis dalam bentuk diagram skematik yang ditampilkan pada gambar dibawah:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.11 Pengembangan Hipotesis

2.11.1 Pengaruh *Slack Resources* dan Kualitas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.

Slack resources menurut Bourgeois (1981) adalah kelebihan sumber daya yang aktual dan potensial yang dimiliki perusahaan yang dapat digunakan untuk beradaptasi terhadap perubahan kondisi dari tekanan internal maupun tekanan eksternal perusahaan. Kelebihan sumber daya yang potensial ini dapat dimanfaatkan perusahaan dengan maksimal sehingga menghasilkan output yang maksimal. Kelebihan sumber daya dapat digunakan untuk pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan yang lebih baik dan lebih besar sehingga perusahaan

dapat mewujudkan pembangunan ekonomi keberlanjutan dalam meningkatkan kualitas hidup perseroan dan semua *stakeholdernya*.

Pandangan *resource based* menjelaskan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah salah satu cara perusahaan untuk menciptakan hubungan baik dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*). Hal ini karena tanggung jawab sosial perusahaan memberikan jaminan kepentingan para *stakeholders* bahwa seluruh sumber daya telah dikelola dengan baik sesuai dengan norma-norma yang berlaku sehingga *stakeholders* tidak perlu khawatir mengenai keberlanjutan perusahaan di masa depan (Toms, 2002; Branco dan Rodrigues, 2006). Keberadaan *slack resources* memungkinkan perusahaan untuk mengambil berbagai kebijakan, salah satunya tanggung jawab sosial perusahaan (Anggraeni dan Djakman, 2017). Kelebihan sumber daya dapat dipakai perusahaan untuk pelaksanaan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan yang lebih baik. Aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan yang baik akan memperoleh data yang baik pula yang nantinya berguna dalam pelaporan CSR yang berkualitas. Kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ini penting untuk menjaga hubungan baik perusahaan dengan para *stakeholdernya*.

Di sisi lain, perusahaan yang *slack resourcesnya* tinggi diharapkan memiliki kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang lebih baik dibanding perusahaan yang sedikit *slack resources* karena ketersediaan sumber daya ekstra memberikan keleluasaan perusahaan menentukan arah kebijakannya sehingga cenderung mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial perusahaan yang berkualitas. Selanjutnya penelitian yang dilakukan Anggraini dan Djakman (2017), menurut hasil penelitian yang didapatkan yaitu *slack resources* berpengaruh positif terhadap kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan dengan *slack resources* yang tinggi akan melakukan kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang lebih baik. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Fadliah (2012) yang mengatakan pengaruh positif *slack resources* terhadap pengungkapan

CSR karena perusahaan berharap para pembaca laporan akan membaca kinerja perusahaan, sehingga investor akan berinvestasi di perusahaan tersebut.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka penulis merumuskan hipotesis penelitian :
 H_1 : *Slack Resources* berpengaruh terhadap kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

2.11.2 Pengaruh Komite Audit dan Kualitas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Sesuai dengan Kep. 29/PM/2004, komite audit adalah komite yang dibentuk oleh dewan komisaris untuk membantu melaksanakan tugas dan fungsinya. Komite audit memiliki tugas terpisah dalam membantu dewan komisaris untuk memenuhi tanggung jawabnya dalam memberikan pengawasan secara menyeluruh (FCGI, 2002).

Komite audit seharusnya berfungsi untuk memastikan integritas pelaporan keuangan melalui monitoring dan kontrol (Fama, 1990 dalam Hillary & Nicken, 2017). Komite audit bertanggung jawab mengawasi laporan keuangan, mengawasi audit eksternal, dan mengamati sistem pengendalian internal (termasuk audit internal) dapat mengurangi sifat oportunistik dari manajemen yang melakukan manajemen laba. Peran komite audit sangat penting dalam melakukan tanggung jawab untuk melakukan pengawasan atas kinerja manajemen dan memberikan informasi yang akurat dan tepat pada pelaporan keuangan perusahaan. Komite audit merupakan komponen dalam sistem pengendalian perusahaan. Selain itu komite audit sering dianggap sebagai penghubung antara pemegang saham dan dewan komisaris dengan pihak manajemen dalam menangani masalah pengendalian (Komalasari, 2017).

Siregar dkk., (2013) menyatakan bahwa keberadaan komite audit berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil tersebut mengungkapkan bahwa adanya pengaruh positif antara komite audit kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan disebabkan

karena komite audit merupakan alat yang efektif untuk melakukan mekanisme pengawasan, sehingga dapat mengurangi biaya agensi dan meningkatkan kualitas pengungkapan perusahaan. Penelitian lainnya yang dilakukan Krisna dan Suhardianto (2016) menyimpulkan bahwa komite audit terbukti memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh komite audit dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dari penjelasan mengenai tanggung jawab keberadaan komite audit, dimana mampu mendorong perusahaan untuk dapat menyajikan laporan keuangan yang berkualitas dan transparan. Komite audit juga mampu mendorong pihak manajemen untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan secara berkualitas dan transparan dan tidak memihak kepada pihak tertentu saja.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka penulis merumuskan hipotesis penelitian :

H₂ : Komite audit berpengaruh terhadap kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

2.11.3 Pengaruh *Feminisme* Dewan dan Kualitas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.

Feminisme dewan adalah seberapa besar proporsi wanita dalam struktur dewan. Semakin besar struktur wanita dalam posisi dewan akan meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan. Hal ini dikarenakan wanita mempunyai sikap yang lebih waspada, cenderung menghindari risiko, dan wanita dinilai lebih teliti dibandingkan pria (Kusumastuti, Supatmi, & Sastra, 2007). Wicks *et al.*, (1994) menyampaikan bahwa *feminist ethical theory* menekankan pada hubungan sosialis dalam mengerjakan suatu tugas. Hal ini berbeda dengan pandangan *masculinist* yang menekankan pada hak dan kewajiban secara personal (*individualis*) dalam suatu tugas. Oleh karena itu, hadirnya wanita dalam dewan akan memberikan atmosfer pekerjaan yang lebih baik.

Perusahaan yang ditangani wanita diharapkan memiliki pengelolaan kebijakan tanggung jawab sosial perusahaan yang lebih baik karena memiliki tingkat kepedulian lebih tinggi terhadap isu-isu sosial dan lingkungan dibandingkan laki-laki. Wanita memiliki kemampuan untuk lebih memahami dan merespon harapan para *stakeholders* sehingga dapat mengartikulasikannya ke dalam beragam investasi tanggung jawab sosial perusahaan (Eriandani dan Kuswanto (2016).

Penelitian Rao *et al.*, (2012) serta Adams dan Ferreira (2004) menemukan bahwa *feminisme* dalam struktur dewan mempengaruhi kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan karena hadirnya wanita dalam struktur dewan mengindikasikan keberagaman sehingga akan memperluas pandangan dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan isu sosial dan lingkungan. Hasil penelitian lainnya didukung oleh pendapat Liao *et al.*, (2015) bahwa dewan wanita lebih peduli terhadap isu sosial dan lingkungan, sehingga mereka akan cenderung mengelola kebijakan tanggung jawab sosial perusahaan lebih baik. Penelitian ini memisahkan antara *feminisme* pada direksi dan komisaris. Hal ini penting dilakukan karena di Indonesia menganut sistem dewan *two-tier* yaitu terdapat perbedaan fungsi pada kedua jenis dewan tersebut. Dewan komisaris adalah sumber daya manusia dalam perusahaan yang bertugas untuk mengawasi dan memberikan arahan kepada direksi suatu perusahaan. Dewan direksi merupakan sumber daya manusia dalam perusahaan yang bertanggung jawab dalam mengelola perusahaan. Pemilihan dewan sangat penting agar tata kelola perusahaan/*good corporate governance* (GCG) berjalan dengan baik. GCG yang baik diharapkan perusahaan memiliki rasa perhatian tinggi terkait isu-isu di dalam perusahaan yang berdampak bagi keberlangsungan hidup perusahaan, salah satunya adalah isu mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Wanita dipandang memiliki sikap kehati-hatian yang tinggi dan cenderung menghindari resiko. Oleh karena itu dewan komisaris wanita akan memiliki tingkat pengawasan yang lebih tinggi dibanding pria. Adanya wanita pada dewan direksi berguna dalam mengambil keputusan yang tepat dengan risiko yang rendah (Kusumastuti, Supatmi, dan Sastra, 2007; Sudana dan Arlindania, 2011).

Berdasarkan penjelasan tersebut maka penulis merumuskan hipotesis penelitian :

H_{3a} : *Feminisme* dalam dewan direksi berpengaruh terhadap kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

H_{3b} : *Feminisme* dalam dewan komisaris berpengaruh terhadap kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

