

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Teori sinyal menunjukkan adanya asimetri informasi antara manajemen perusahaan dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan informasi tersebut. Teori sinyal mengemukakan tentang bagaimana seharusnya perusahaan memberikan sinyal-sinyal pada pengguna laporan keuangan. Menurut Jogiyanto (2010), informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan signal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Manajemen selalu berusaha untuk mengungkapkan informasi privat yang menurut pertimbangannya sangat diminati oleh investor dan pemegang saham, khususnya kalau informasi tersebut merupakan berita baik (*good news*). Manajemen juga berminat menyampaikan informasi yang dapat meningkatkan kredibilitas kesuksesan perusahaan meskipun informasi tersebut tidak diwajibkan. Tujuan dari laporan tambahan ini adalah untuk menyediakan informasi tambahan mengenai kegiatan perusahaan sekaligus sebagai sarana untuk memberikan tanda (*signal*) kepada para *stakeholders* mengenai hal-hal lain, misalnya memberikan tanda (*signal*) tentang kepedulian perusahaan terhadap wilayah sekitarnya, atau tanda bahwa perusahaan tidak hanya menyediakan informasi berdasarkan ketentuan peraturan tetapi menyediakan informasi yang lebih bagi para *stakeholders*.

Tanda-tanda (*signals*) ini diharapkan dapat diterima secara positif oleh pasar sehingga mampu mempengaruhi kinerja pasar perusahaan yang tercermin dalam harga pasar saham perusahaan. Hal ini memberikan motivasi bagi perusahaan-perusahaan untuk mengungkapkan, melalui laporan keuangan, bahwa mereka lebih baik dari pada perusahaan yang tidak melakukan pengungkapan. Dengan demikian, *signaling theory* menekankan bahwa perusahaan akan cenderung menyajikan informasi yang lebih lengkap untuk memperoleh reputasi yang lebih baik dibandingkan perusahaan-perusahaan yang tidak mengungkapkan, yang pada akhirnya akan menarik investor. Berdasarkan uraian diatas, teori *signaling* lebih

menunjukkan konsistensi yang besar terhadap adanya pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) yang luas.

2.2 Indeks LQ45

Indeks LQ 45 adalah nilai kapitalisasi pasar dari 45 saham yang paling likuid dan memiliki nilai kapitalisasi yang besar hal itu merupakan indikator likuidasi. Indeks LQ 45, menggunakan 45 saham yang terpilih berdasarkan Likuiditas perdagangan saham dan disesuaikan setiap enam bulan (setiap awal bulan Februari dan Agustus). Dengan demikian saham yang terdapat dalam indeks tersebut akan selalu berubah. Beberapa kriteria-kriteria seleksi untuk menentukan suatu emiten dapat masuk dalam perhitungan indeks LQ 45 adalah:

- a. Kriteria yang pertama adalah:
 1. Berada di TOP 95 % dari total rata-rata tahunan nilai transaksi saham di pasar reguler.
 2. Berada di TOP 90 % dari rata-rata tahunan kapitalisasi pasar.
- b. Kriteria yang kedua adalah:
 1. Merupakan urutan tertinggi yang mewakili sektornya dalam klasifikasi industri BEI sesuai dengan nilai kapitalisasi pasarnya.
 2. Merupakan urutan tertinggi berdasarkan frekuensi transaksi.

Indeks LQ 45 hanya terdiri dari 45 saham yang telah terpilih melalui berbagai kriteria pemilihan, sehingga akan terdiri dari saham-saham dengan likuiditas dan kapitalisasi pasar yang tinggi. Saham-saham pada indeks LQ 45 harus memenuhi kriteria dan melewati seleksi utama sebagai berikut:

1. Masuk dalam ranking 60 besar dari total transaksi saham di pasar reguler (rata-rata nilai transaksi selama 12 bulan terakhir).
2. Ranking berdasar kapitalisasi pasar (rata-rata kapitalisasi pasar selama 12 bulan terakhir).
3. Telah tercatat di BEI minimum 3 bulan.
4. Keadaan keuangan perusahaan dan prospek pertumbuhannya, frekuensi dan jumlah hari perdagangan transaksi pasar reguler.

Saham-saham yang termasuk didalam LQ 45 terus dipantau dan setiap enam bulan akan diadakan review (awal Februari, dan Agustus). Apabila ada saham yang

sudah tidak masuk kriteria maka akan diganti dengan saham lain yang memenuhi syarat. Pemilihan saham-saham LQ 45 harus wajar, oleh karena itu BEI mempunyai komite penasehat yang terdiri dari para ahli di BAPEPAM, Universitas, dan Profesional di bidang pasar modal (www.sahamok.com)

2.3 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

2.3.1 Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Belum ada definisi *Corporate Social Responsibility* yang secara universal diterima oleh berbagai lembaga. Dalam Suharto (2008), ada beberapa definisi CSR, antara lain:

1. World Business Council for Sustainable Development

Komitmen berkesinambungan dari kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberi kontribusi bagi pembangunan ekonomi, seraya meningkatkan kualitas kehidupan karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya.

2. International Finance Corporation

Komitmen dunia bisnis untuk memberi kontribusi terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui kerjasama dengan karyawan, keluarga mereka, komunitas lokal dan masyarakat luas untuk meningkatkan kehidupan mereka melalui cara-cara yang baik bagi bisnis maupun pembangunan.

3. Canadian Government

Kegiatan usaha yang mengintegrasikan ekonomi, lingkungan dan sosial ke dalam nilai, budaya, pengambilan keputusan, strategi, dan operasi perusahaan yang dilakukan secara transparan dan bertanggungjawab untuk menciptakan masyarakat yang sehat dan berkembang.

4. European Commission

Sebuah konsep dengan mana perusahaan mengintegrasikan perhatian terhadap sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksinya dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan.

5. CSR Asia

Komitmen perusahaan untuk beroperasi secara berkelanjutan berdasarkan prinsip ekonomi, sosial dan lingkungan, seraya menyeimbangkan beragam kepentingan para stakeholders.

Selain itu, ISO 26000 mengenai *Guidance on Social Responsibility* juga memberikan definisi CSR 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 ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional; serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh. Peace dan Robinson (2008) mengelompokkan tanggung jawab sosial menjadi empat, yaitu:

1. *Economic responsibility*

Secara ekonomi tanggung jawab perusahaan adalah untuk menghasilkan barang dan jasa kepada masyarakat dengan reasonable cost dan memberikan keuntungan kepada perusahaan. Dengan menghasilkan barang dan jasa maka perusahaan diharapkan memberikan pekerjaan yang produktif terhadap masyarakat sekitarnya, menyumbangkan sebagian keuntungan dalam bentuk pajak kepada pemerintah.

2. *Legal responsibility*

Di mana pun tempat operasi suatu perusahaan tidak akan dapat melepaskan diri dari aturan dan perundang-undangan yang berlaku yang mengatur tentang kegiatan bisnis. Peraturan tersebut terutama yang terkait dengan usaha untuk mengontrol perubahan lingkungan dan keamanan konsumen. Untuk melindungi konsumen diperlukan peraturan tentang perlindungan konsumen. Untuk menjaga perubahan lingkungan maka perusahaan harus tunduk kepada undang-undang yang mengatur tentang lingkungan.

3. *Ethical responsibility*

Perusahaan didirikan tidak hanya berperilaku legal secara hukum, tetapi juga memiliki etika. Sering kali terjadi perbedaan antara legal dan etika. Bisa jadi sesuatu yang dikatakan legal, tetapi tidak beretika untuk memasarkan agar semua penduduk merokok.

4. *Discretionary responsibility*

Tanggung jawab ini sifatnya sukarela seperti *public relation activities*, menjadi warga negara yang baik, dan tanggung jawab perusahaan lainnya.

2.3.2 Tujuan dan Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pelaksanaan *corporate social responsibility* diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang mewajibkan perseroan dengan bidang usaha di bidang atau terkait dengan bidang sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Ketentuan dalam Undang-Undang tersebut terutama pasal 66 ayat 2c mewajibkan semua perseroan untuk melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam Laporan Tahunan. Ketentuan ini bertujuan untuk mendukung terjalinnya hubungan yang serasi dan seimbang antara perusahaan dengan lingkungan sesuai dengan nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat.

Menurut Pearce dan Robinson (2008), tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate social responsibility*) adalah gagasan bahwa perusahaan bertanggung jawab untuk melayani masyarakat secara umum, selain melayani kepentingan keuangan para pemegang saham. Terdapat banyak manfaat yang dapat diperoleh atas aktivitas CSR. Adapun manfaat dari CSR tersebut adalah sebagai berikut :

1. Meningkatkan penjualan dan *market share*.
2. Memperkuat *brand positioning*.
3. Meningkatkan citra perusahaan.
4. Menurunkan biaya operasi.
5. Meningkatkan daya tarik perusahaan di mata para investor dan analisis keuangan.

Berdasarkan Radyati (2011), manfaat CSR bagi perusahaan adalah:

1. Meningkatkan citra perusahaan
Dengan melakukan kegiatan CSR, konsumen dapat mengenal lebih perusahaan yang selalu melakukan kegiatan yang baik bagi masyarakat.
2. Memperkuat brand perusahaan
Melalui kegiatan memberikan *product knowledge* kepada konsumen dengan cara membagikan produk secara gratis, dapat menimbulkan kesadaran

konsumen akan keberadaan produk perusahaan sehingga dapat meningkatkan posisi brand perusahaan.

3. Mengembangkan kerjasama dengan para pemangku kepentingan

Dalam melaksanakan kegiatan CSR, perusahaan tentunya tidak mampu mengerjakan sendiri, jadi harus dibantu dengan para pemangku kepentingan, seperti pemerintah daerah, masyarakat, dan universitas lokal. Maka perusahaan dapat membuka relasi yang baik dengan para pemangku kepentingan tersebut.

4. Membedakan Perusahaan dengan Pesaingnya

Jika CSR dilakukan sendiri oleh perusahaan, perusahaan mempunyai kesempatan menonjolkan keunggulan komparatifnya sehingga dapat membedakannya dengan pesaing yang menawarkan produk atau jasa yang sama.

5. Menghasilkan Inovasi dan Pembelajaran untuk Meningkatkan Pengaruh Perusahaan

Memilih kegiatan CSR yang sesuai dengan kegiatan utama perusahaan memerlukan kreativitas. Merencanakan CSR secara konsisten dan berkala dapat memicu inovasi dalam perusahaan yang pada akhirnya dapat meningkatkan peran dan posisi perusahaan dalam bisnis global.

6. Membuka Akses untuk Investasi dan Pembiayaan bagi Perusahaan

Para investor saat ini sudah mempunyai kesadaran akan pentingnya berinvestasi pada perusahaan yang telah melakukan CSR. Demikian juga penyedia dana, seperti perbankan, lebih memprioritaskan pemberian bantuan dana pada perusahaan yang melakukan CSR.

2.3.3 Pengertian Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Sembiring, 2005). Arti penting CSR sebagai suatu komponen inti dari strategi perusahaan semakin terasa, terutama setelah banyak kerugian yang dirasakan masyarakat dari perkembangan bisnis sekarang ini. Pengungkapan lebih terhadap CSR yang dilakukan akan meningkatkan reaksi

pasar dan reaksi investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan sehingga harga saham yang beredar akan meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR dapat meningkatkan nilai perusahaan tersebut.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social* atau *corporate social disclosure*. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi suatu organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Hal tersebut memperluas tanggung jawab organisasi (khususnya perusahaan), di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham. Perluasan tersebut dibuat dengan asumsi bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham (Gray *et. al.*, dalam Sembiring 2005).

Menurut Gray *et. al.* dalam Sembiring (2005) ada dua pendekatan yang berbeda dalam melakukan penelitian tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pertama, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mungkin diperlakukan sebagai suatu suplemen dari aktivitas akuntansi konvensional. Pendekatan ini secara umum akan menganggap masyarakat keuangan sebagai pemakai utama pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan cenderung membatasi persepsi tentang tanggung jawab sosial yang dilaporkan. Pendekatan kedua dengan meletakkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada suatu pengujian peran informasi dalam hubungan masyarakat dan organisasi. Pandangan yang lebih luas ini telah menjadi sumber utama kemajuan dalam pemahaman tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan sekaligus merupakan sumber kritik yang utama terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan melakukan pengungkapan informasi sosial dengan tujuan untuk membangun image pada perusahaan dan mendapatkan perhatian dari masyarakat. Perusahaan memerlukan biaya dalam rangka untuk memberikan informasi sosial, sehingga laba yang dilaporkan dalam tahun berjalan

menjadi lebih rendah dan visibilitas politis yang tinggi akan cenderung untuk mengungkapkan informasi sosial (Belkaoui & Karpik dalam Anggraini, 2006).

2.3.4 Indikator Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility dihitung berdasarkan jumlah pendapatan bersih perusahaan dan dibagi dengan 91 indikator berdasarkan GRI-G4. GRI-G4 menyediakan rerangka kerja yang relevan secara global untuk mendukung pendekatan yang terstandarisasi dalam pelaporan, yang mendorong tingkat transparansi dan konsistensi yang diperlukan untuk membuat informasi yang disampaikan menjadi berguna dan dapat dipercaya oleh pasar dan masyarakat. Fitur yang ada di GRI-G4 menjadikan pedoman ini lebih mudah digunakan, baik bagi pelapor yang berpengalaman dan bagi mereka yang baru dalam pelaporan keberlanjutan dari sektor apapun dan didukung oleh bahan-bahan dan layanan GRI lainnya.

GRI-G4 juga menyediakan panduan mengenai bagaimana menyajikan pengungkapan keberlanjutan dalam format yang berbeda: baik itu laporan keberlanjutan mandiri, laporan terpadu, laporan tahunan, laporan yang membahas norma-norma internasional tertentu, atau pelaporan online. Jenis pendekatan pengukuran GRI-G4 melalui isi laporan tahunan dengan aspek-aspek penilaian tanggungjawab sosial yang dikeluarkan oleh GRI (*Global Reporting Initiative*) yang diperoleh dari website www.globalreporting.org. Standar GRI dipilih karena lebih memfokuskan pada standar pengungkapan berbagai kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas, dan pemanfaatan *sustainability reporting*.

Dalam GRI G4 (GRI, 2013), Tujuan G4 adalah sederhana untuk membantu pelapor menyusun laporan keberlanjutan yang bermakna dan membuat pelaporan keberlanjutan yang mantap dan terarah menjadi praktik standar. Indikator kategori dibagi menjadi 3 komponen utama, yaitu kategori ekonomi, kategori lingkungan, dan kategori sosial yang terdiri dari sub kategori praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggung jawab atas produk. Total indikator dalam GRI tersebut adalah 91 yang terdiri dari 9 indikator

ekonomi, 34 indikator lingkungan, 16 indikator praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja, 12 indikator hak asasi manusia, 11 indikator masyarakat, dan 9 indikator tanggung jawab atas produk (Sumber : www.globalreporting.org).

Tabel 2.1
91 Indikator Berdasarkan GRI-G4

KATEGORI EKONOMI		
Kinerja Ekonomi	EC1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan
	EC2	Implikasi finansial dan risiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi karena perubahan iklim
	EC3	Cakupan kewajiban organisasi atas program imbalan pasti
	EC4	Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah
Keberadaan Pasar	EC5	Rasio upah standar pegawai pemula (<i>entry level</i>) menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi-lokasi operasional yang signifikan
KATEGORI EKONOMI		
Keberadaan Pasar	EC6	Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat lokal di lokasi operasi yang signifikan
Dampak Ekonomi Tidak Langsung	EC7	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan
	EC8	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak
Praktik Pengadaan	EC9	Perbandingan pembelian dari pemasok lokal di lokasi operasional yang signifikan
KATEGORI LINGKUNGAN		
Bahan	EN1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat atau volume
	EN2	Persentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan input daur ulang
Energi	EN3	Konsumsi energi dalam organisasi
	EN4	Konsumsi energi diluar organisasi
	EN5	Intensitas Energi
	EN6	Pengurangan konsumsi energy
Air	EN7	Konsumsi energi diluar organisasi
	EN8	Total pengambilan air berdasarkan sumber
	EN9	Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air
	EN10	Persentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali
Keanekaragaman	EN11	Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa,

Hayati		dikelola didalam, atau yang berdekatan dengan, kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung
	EN12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung
	EN13	Habitat yang dilindungi dan dipulihkan
	EN14	Jumlah total spesies dalam iucn red list dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat di tempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat risiko kepunahan
KATEGORI EKONOMI		
Emisi	EN15	Emisi gas rumah kaca (GRK) langsung (Cakupan 1)
	EN16	Emisi gas rumah kaca (GRK) energi tidak langsung (Cakupan 2)
	EN17	Emisi gas rumah kaca (GRK) tidak langsung lainnya (Cakupan 3)
	EN18	Intensitas emisi gas rumah kaca (GRK)
	EN19	Pengurangan emisi gas rumah kaca (GRK)
	EN20	Emisi bahan perusak ozon (BPO)
	EN21	NOX, SOX, dan emisi udara signifikan lainnya

KATEGORI EKONOMI		
Efluen dan Limbah	EN22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan
	EN23	Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
	EN24	Jumlah dan volume total tumpahan signifikan
	EN25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi Basel2 Lampiran I, II, III, dan VIII yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah, dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional
	EN26	Identitas, ukuran, status lindung, dan nilai keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang secara signifikan terkena dampak dari pembuangan dan air limpasan dari organisasi
Produk dan Jasa	EN27	Tingkat mitigasi dampak terhadap dampak lingkungan produk dan jasa

	EN28	Persentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasikan menurut kategori
Kepatuhan	EN29	Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan lingkungan
Transportasi	EN30	Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi, dan pengangkutan tenaga kerja
Lain-lain	EN31	Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis
Asesmen Pemasok Atas Lingkungan	EN32	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan
	EN33	Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
KATEGORI EKONOMI		
Mekanisme Pengaduan Masalah Lingkungan	EN34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi

KATEGORI SOSIAL		
SUB-KATEGORI: PRAKTEK KETENAGAKERJAAN DAN KENYAMANAN BEKERJA		
Kepegawaian	LA1	Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan turnover karyawan menurut kelompok umur, gender, dan wilayah
	LA2	Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan
	LA3	Tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan, menurut gender
Hubungan Industrial	LA4	Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama
Kesehatan dan Keselamatan Kerja	LA5	Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen-pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja
	LA6	Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja,

		hari hilang, dan kemangkiran, serta jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan gender
	LA7	Pekerja yang sering terkena atau berisiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka
	LA8	Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja
Pelatihan dan Pendidikan	LA9	Jam pelatihan rata-rata per tahun per karyawan menurut gender, dan menurut kategori karyawan
	LA10	Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberkelanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti
	LA11	Persentase karyawan yang menerima review kinerja dan pengembangan karier secara reguler, menurut gender dan kategori karyawan

KATEGORI SOSIAL		
SUB-KATEGORI: PRAKTEK KETENAGAKERJAAN DAN KENYAMANAN BEKERJA		
Keberagaman dan Kesetaraan Peluang	LA12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya
Kesetaraan Remunerasi Perempuan dan Laki-laki	LA13	Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan, berdasarkan lokasi operasional yang signifikan
Asesmen Pemasok Terkait Praktik Ketenagakerjaan	LA14	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan
	LA15	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Mekanisme pengaduan masalah ketenagakerjaan	LA16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
SUB-KATEGORI: HAK ASASI MANUSIA		
Investasi	HR1	Jumlah total dan persentase perjanjian dan

		kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan klausul terkait hak asasi manusia atau penapisan berdasarkan hak asasi manusia
	HR2	Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan atau prosedur hak asasi manusia terkait dengan Aspek hak asasi manusia yang relevan dengan operasi, termasuk persentase karyawan yang dilatih
Non-Diskriminasi	HR3	Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan korektif yang diambil
Kebebasan Berserikat dan Perjanjian Kerja Bersama	HR4	Operasi pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau berisiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut
Pekerja Anak	HR5	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerja anak yang efektif

SUB-KATEGORI: HAK ASASI MANUSIA		
Pekerja Paksa Atau Wajib Kerja	HR6	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja
Praktik Pengamanan	HR7	Persentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia di organisasi yang relevan dengan operasi
Hak Adat	HR8	Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil
Asesmen	HR9	Jumlah total dan persentase operasi yang telah melakukan reviu atau asesmen dampak hak asasi manusia
Asesmen Pemasok Atas Hak Asasi Manusia	HR10	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia
	HR11	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Mekanisme Pengaduan Masalah Hak Asasi Manusia	HR12	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap hak asasi manusia yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal

SUB-KATEGORI: MASYARAKAT		
Masyarakat Lokal	SO1	Persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan
	SO2	Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal
Anti-Korupsi	SO3	Jumlah total dan persentase operasi yang dinilai terhadap risiko terkait dengan korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi
	SO4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti-korupsi
	SO5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil
Kebijakan Publik	SO6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima/penerima manfaat
Anti Persaingan	SO7	Jumlah total tindakan hukum terkait Anti Persaingan, anti-trust, serta praktik monopoli dan hasilnya

SUB-KATEGORI: MASYARAKAT		
Kepatuhan	SO8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan
Asesmen Pemasok Atas Dampak Terhadap Masyarakat	SO9	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria untuk dampak terhadap masyarakat
	SO10	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Mekanisme Pengaduan Dampak Terhadap Masyarakat	SO11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
SUB-KATEGORI: TANGGUNGJAWAB ATAS PRODUK		
Kesehatan Keselamatan Pelanggan	PR1	Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan
	PR2	Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa sepanjang daur hidup, menurut jenis hasil
Pelabelan Produk dan Jasa	PR3	Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, serta

		persentase kategori produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan informasi sejenis
	PR4	Jumlah total Insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, menurut jenis hasil
	PR5	Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan
Komunikasi Pemasaran	PR6	Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan
	PR7	Jumlah total Insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsor, menurut jenis hasil
Privasi Pelanggan	PR8	Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan

Kepatuhan	PR9	Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait penyediaan dan penggunaan produk dan jasa
-----------	-----	--

Sumber: www.globalreporting.org. (Data Diolah)

Dalam penelitian ini pengungkapan *corporate social responsibility* akan diukur dengan pengungkapan kegiatan sosial (CSR) yang dilakukan perusahaan. Indikator tersebut diperoleh dari analisa pengungkapan pada laporan tahunan dari perusahaan yang bersangkutan. Penilaian yang dilakukan dalam mengukur luas pengungkapan CSR dengan cara pemberian skor 1 untuk setiap kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan.

2.4 Good Corporate Governance

2.4.1 Pengertian Good Corporate Governance

Menurut Sutedi (2011), *good corporate governance* adalah suatu proses dan struktur yang digunakan oleh organ perusahaan (pemegang saham/pemilik modal, komisaris, dewan pengawas dan direksi) untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas perusahaan guna mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan kepentingan *stakeholder* lainnya,

berlandaskan peraturan perundang-undangan dan nilai-nilai etika. Dalam Effendi (2016), dijelaskan beberapa definisi *good corporate governance* antara lain adalah:

1. Bank Dunia

GCG adalah kumpulan hukum, peraturan dan kaidah-kaidah yang wajib dipenuhi, yang dapat mendorong kinerja sumber-sumber perusahaan untuk berfungsi secara efisien guna menghasilkan nilai ekonomi jangka panjang yang berkesinambungan bagi para pemegang saham maupun masyarakat sekitar secara keseluruhan.

2. *Finance Committee on Corporate Governance* (FCCG)

Lemabaga *corporate governance* di Malaysia, yaitu *Finance Committee on Corporate Governance*, mendefinisikan *corporate governance* sebagai proses dan struktur yang digunakan untuk mengarahkan dan mengelola bisnis serta aktivitas perusahaan ke arah peningkatan pertumbuhan bisnis dan akuntabilitas perusahaan.

3. *Forum Corporate Governance on Indonesia* (FCGI)

Menurut *Forum Corporate Governance on Indonesia* (FCGI), *corporate governance* adalah seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengurus (pengelola) perusahaan, pihak kreditor, pemerintah, karyawan, serta para pemangku kepentingan internal dan eksternal lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka atau dengan kata lain suatu sistem yang mengendalikan perusahaan. Istilah *corporate governance* ini muncul karena adanya *agency theory*, di mana kepemimpinan suatu perusahaan terpisah dari kepemilikan.

4. *Corporate Governance* Menurut Kementerian BUMN

Sesuai Pasal 1 ayat 1, Peraturan Menteri Negara BUMN No. PER-01/MBU/2011 tanggal 1 Agustus 2011 tentang Penerapan Tata Kelola Perusahaan yang Baik (*Good Corporate Governance*) pada BUMN, disebutkan bahwa tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*), yang selanjutnya disebut GCG adalah prinsip-prinsip yang mendasari suatu proses dan mekanisme pengelolaan perusahaan berlandaskan peraturan perundang-undangan dan etika berusaha.

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut, secara singkat tata kelola perusahaan atau *corporate governance* merupakan suatu sistem yang dirancang untuk mengarahkan pengelolaan perusahaan secara profesional berdasarkan prinsip-prinsip transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, independen, kewajaran dan kesetaraan. *Corporate governance* dapat mendorong terbentuknya pola kerja manajemen yang bersih, transparan dan profesional.

2.4.2 Karakteristik *Good Corporate Governance*

Menurut Sutedi (2011), ada beberapa prinsip dasar atau karakteristik yang harus diperhatikan dalam *good corporate governance* yaitu *transparency*, *accountability*, *fairness* dan *sustainability*.

1. *Transparency* (Keterbukaan)

Penyediaan informasi yang memadai, akurat, dan tepat waktu kepada *stakeholders* harus dilakukan oleh perusahaan agar dapat dikatakan transparan. Pengungkapan yang memadai sangat diperlukan oleh investor dalam kemampuannya untuk membuat keputusan terhadap risiko dan keuntungan dari investasinya. Kurangnya pernyataan keuangan yang menyeluruh menyulitkan pihak luar untuk menentukan apakah perusahaan tersebut memiliki uang yang menumpuk dalam tingkat yang mengkhawatirkan. Kurangnya informasi akan membatasi kemampuan investor untuk memperkirakan nilai dan risiko serta penambahan dari perubahan modal (*volatility of capital*).

2. *Accountability* (Dapat Dipertanggungjawabkan)

Accountability atau akuntabilitas adalah kejelasan fungsi, struktur, sistem dan pertanggungjawaban organ perusahaan sehingga pengelolaan perusahaan terlaksana secara efektif. Pengelolaan perusahaan harus didasarkan pada pembagian kekuasaan diantara manajer perusahaan, yang bertanggung jawab pada pengoperasian setiap harinya, dan pemegang sahamnya yang diwakili oleh dewan direksi. Dewan direksi diharapkan untuk menetapkan kesalahan (*oversight*) dan pengawasan.

3. *Fairness* (Kesetaraan)

Secara sederhana kesetaraan didefinisikan sebagai perlakuan yang adil dan setara dalam memenuhi hak-hak *stakeholder*. Dalam pengelolaan perusahaan perlu ditekankan pada kesetaraan, terutama untuk pemegang saham minoritas. Investor harus memiliki hak-hak yang jelas tentang kepemilikan dan sistem dari aturan dan hukum yang dijalankan untuk melindungi hak-haknya.

4. *Sustainability* (Kelangsungan)

Kelangsungan adalah bagaimana perusahaan dapat terus beroperasi dan menghasilkan keuntungan. Ketika perusahaan negara (*corporation*) *exist* dan menghasilkan keuntungan dalam jangka mereka juga harus menemukan cara untuk memuaskan pegawai dan komunitasnya agar tetap bisa bertahan dan berhasil. Mereka harus tanggap terhadap lingkungan, memperhatikan hukum, memperlakukan pekerja secara adil, dan menjadi karyawan yang baik. Dengan demikian, akan menghasilkan keuntungan yang lama bagi *stakeholder*-nya.

Adapun menurut pedoman umum *Good corporate governance* (komite nasional kebijakan *corporate governance*, 2006) adalah:

1. Transparansi, untuk menjaga obyektivitas dalam menjalankan bisnis, perusahaan harus menyediakan informasi yang material dan relevan dengan cara yang mudah diakses dan dipahami oleh pemangku kepentingan. Perusahaan harus mengambil inisiatif untuk mengungkapkan tidak hanya masalah yang diisyaratkan oleh peraturan perundangundangan, tetapi juga hal yang penting untuk pengambilan keputusan oleh pemegang saham, kreditur dan pemangku kepentingan lainnya.
2. Kinerja perusahaan harus dapat mempertanggungjawabkan kinerjanya secara transparan dan wajar. Untuk itu perusahaan harus dikelola secara benar, terukur dan sesuai dengan kepentingan perusahaan dengan tetap memperhitungkan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lain. Akuntabilitas merupakan prasyarat yang diperlukan untuk mencapai kinerja yang berkesinambungan.
3. Responsibilitas perusahaan harus memenuhi peraturan perundang-undangan serta melaksanakan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan

sehingga dapat terpelihara kesinambungan usaha dalam jangka panjang dan mendapat pengakuan sebagai *good corporate citizen*.

4. Independensi untuk melancarkan pelaksanaan atas good corporate governance, perusahaan harus dikelola secara independen sehingga masing-masing organ perusahaan tidak saling mendominasi dan tidak dapat diintervensi oleh pihak lain.
5. Kesetaraan dan kewajaran yaitu dalam melaksanakan kegiatannya, perusahaan harus senantiasa memperhatikan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya berdasarkan asas kesetaraan dan kewajaran.

2.4.3 Tujuan dan Manfaat *Good Corporate Governance*

Menurut Effendy (2016), terdapat enam tujuan dalam penerapan *good corporate governance*, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk memaksimalkan nilai BUMN dengan cara meningkatkan prinsip keterbukaan, akuntabilitas, dapat dipercaya, bertanggung jawab, dan adil agar perusahaan memiliki daya saing yang kuat, baik secara nasional maupun internasional.
2. Mendorong pengelolaan BUMN secara professional, transparan dan efisien, serta memberdayakan fungsi dan meningkatkan kemandirian organ.
3. Mendorong agar organ dalam membuat keputusan dan menjalankan tindakan dilandasi nilai moral yang tinggi dan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta kesadaran akan adanya tanggung jawab sosial BUMN terhadap para pemangku kepentingan ataupun kelestarian lingkungan di sekitar BUMN.
4. Meningkatkan kontribusi BUMN dalam perekonomian nasional.
5. Meningkatkan iklim investasi nasional.
6. Menyukseskan program privatisasi.

Menurut Hery (2010), ada lima manfaat yang dapat diperoleh perusahaan yang menerapkan *good corporate governance* yaitu sebagai berikut:

1. *Good corporate governance* secara tidak langsung akan dapat mendorong pemanfaatan sumber daya perusahaan ke arah yang lebih efektif dan efisien,

yang pada gilirannya akan turut membantu terciptanya pertumbuhan atau perkembangan ekonomi nasional.

2. *Good corporate governance* dapat membantu perusahaan dan perekonomian nasional, dalam hal ini menarik modal investor dengan biaya yang lebih rendah melalui perbaikan kepercayaan investor dan kreditur domestik maupun internasional.
3. Membantu pengelolaan perusahaan dalam memastikan/menjamin bahwa perusahaan telah taat pada ketentuan, hukum, dan peraturan.
4. Membangun manajemen dan *corporate board* dalam pemantauan penggunaan asset perusahaan.
5. Mengurangi korupsi.

2.4.4 Pengukuran *Good Corporate Governance*

Sebagaimana dikemukakan oleh Sutedi (2011), bahwa *good corporate governance* adalah suatu proses dan struktur yang digunakan oleh organ perusahaan (pemegang saham/pemilik modal, komisaris, dewan pengawas dan direksi) untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas perusahaan guna mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan kepentingan *stakeholder* lainnya, berlandaskan peraturan perundang-undangan dan nilai-nilai etika. Maka dalam penelitian ini *good corporate governance* akan diukur dengan organ perusahaan yaitu sebagai berikut:

1. Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial adalah kepemilikan saham oleh pihak manajemen perusahaan. Kepemilikan saham manajerial dapat mensejajarkan antara kepentingan pemegang saham dengan manajer, karena manajer ikut merasakan langsung manfaat dari keputusan yang diambil dan manajer yang menanggung risiko apabila ada kerugian yang timbul sebagai konsekuensi dari pengambilan keputusan yang salah. Kepemilikan manajerial ini akan diukur dengan jumlah saham dimiliki manajerial perusahaan.

Kepemilikan manajerial merupakan saham yang dimiliki oleh manajer dimana manajer memiliki saham perusahaan atau dengan kata lain manajer

tersebut sekaligus sebagai pemegang saham perusahaan. Indikator untuk mengukur kepemilikan manajerial adalah presentase perbandingan jumlah saham yang dimiliki pihak manajemen dengan seluruh jumlah saham yang beredar. Keputusan yang akan diambil manajemen akan berbeda jika dalam suatu perusahaan manajer bertindak sebagai manajemen juga sebagai pemegang saham. Manajemen akan bertindak untuk menselaraskan kepentingan juga kepentingannya sebagai pemegang saham. Kepemilikan manajerial menunjukkan adanya peran ganda seorang manajer, dengan demikian manajemen akan bertindak dengan fungsi ganda yaitu fungsi pengelolaan dan fungsi kepemilikan. Meningkatkan kepemilikan manajerial digunakan sebagai salah satu cara mengatasi masalah yang ada di perusahaan.

2. Komite Audit

Komite audit adalah sekelompok komite yang dipercayai untuk melakukan audit internal dalam perusahaan. Komite Audit dibentuk untuk membantu dewan komisaris dalam melaksanakan tugasnya. Ketua komite audit bertanggungjawab penuh kepada Dewan Komisaris dalam bentuk laporan berkala. Komite audit membantu dewan komisaris untuk memastikan:

- a. Laporan keuangan perusahaan telah disajikan secara wajar dan transparan.
- b. Dalam melaksanakan audit (eksternal maupun internal) telah dilaksanakan sesuai standar audit yang berlaku.
- c. Pengendalian perusahaan telah dilaksanakan dengan maksimal.
- d. Memastikan bahwa perusahaan telah melaksanakan tata kelola perusahaan sesuai dengan undang-undang dan peraturan yang berlaku.
- e. Menindaklanjuti temuan audit yang dilakukan oleh manajemen.

Dalam penelitian ini komite audit diukur dengan jumlah anggota komite audit yang ada dalam perusahaan.

Menurut Sutedi (2011), keberadaan komite audit diatur melalui surat edaran Bapepam Nomor SE-03/PM/2000 (bagi perusahaan publik) dan keputusan menteri BUMN Nomor Kep-103/MBU/2002 (bagi BUMN). Komite audit terdiri sedikitnya tiga orang, diketuai oleh komisaris independen perusahaan

dengan dua orang eksternal yang independen serta menguasai dan memiliki latar belakang akuntansi dan keuangan.

Menurut pasal 3 ayat 1 dalam Keputusan Menteri BUMN Komite Audit memiliki tugas sebagai berikut (Effendi, 2016):

1. Menilai pelaksanaan kegiatan serta hasil audit yang dilakukan oleh Satuan pengawas Internal (SPI) maupun auditor eksternal sehingga pelaksanaan dan pelaporan yang tidak memenuhi standar dapat dicegah.
2. Memberikan rekomendasi mengenai penyempurnaan sistem pengendalian manajemen perusahaan serta pelaksanaannya.
3. Memastikan bahwa telah terdapat prosedur penelaahan yang memuaskan terhadap informasi yang dikeluarkan oleh BUMN kepada pemegang saham, termasuk brosur, laporan keuangan berkala, proyeksi atau ramalan, dan informasi keuangan lainnya.
4. Mengidentifikasi hal-hal yang memerlukan perhatian komisaris atau dewan pengawas.
5. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh dewan komisaris atau dewan pengawas sepanjang masih berada dalam lingkungan tugas dan kewajiban komisaris atau dewan pengawas berdasarkan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

3. Ukuran Dewan Komisaris

Dewan komisaris adalah organ perseroan yang bertugas melakukan pengawasan secara umum dan/atau khusus sesuai dengan anggaran dasar serta memberi nasihat kepada direksi.

Fungsi Dewan Komisaris, antara lain adalah sebagai berikut:

- a. Mengawasi kebijakan pengurusan, jalannya pengurusan pada perusahaan dan memberikan nasihat kepada Direksi.
- b. Menjalankan tugasnya dengan menjunjung tinggi kepentingan perusahaan.
- c. Membuat pembagian tugas yang diatur oleh mereka sendiri.
- d. Menyusun Rencana Kerja dan Anggaran Tahunan Dewan Komisaris yang merupakan bagian yang tak terpisahkan dari RKAP.

- e. Memantau dan memastikan implementasi GCG dilakukan secara efektif dan berkelanjutan.
- f. Memastikan bahwa dalam Laporan Tahunan perusahaan telah memuat informasi mengenai identitas, pekerjaan-pekerjaan utamanya, jabatan Dewan Komisaris/Dewan Pengawas di perusahaan lain, termasuk rapat-rapat yang dilakukan dalam satu tahun buku (rapat internal maupun rapat gabungan dengan Direksi), serta honorarium, fasilitas, dan/atau tunjangan lain yang diterima dari perusahaan yang bersangkutan.

Dalam penelitian ini ukuran dewan komisaris akan diukur dengan jumlah anggota dewan komisaris yang ada dalam perusahaan.

4. Ukuran Dewan Komisaris Independen

Komisaris independen adalah anggota dewan komisaris yang tidak terafiliasi dengan direksi, anggota dewan komisaris lainnya dan pemegang saham pengendali, serta bebas dari hubungan bisnis atau hubungan lainnya yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak independen atau bertindak semata-mata demi kepentingan perusahaan. Jadi komisaris independen merupakan komisaris yang tidak ada hubungan keluarga atau hubungan bisnis dengan direksi maupun pemegang saham. Karena tidak ada hubungan seperti itu, maka komisaris independen ini diharapkan dapat bertindak objektif dan dapat melihat persoalan perseroan mensyaratkan adanya komisaris independen ini, misalnya untuk perseroan terbatas terbuka. Dalam penelitian ini ukuran dewan komisaris independen akan diukur dengan jumlah anggota dewan komisaris independen yang ada dalam perusahaan.

Indrayati (2010), Komisaris independen harus dapat melaksanakan tugasnya dengan tanggung jawab sebagai berikut:

1. Komisaris Independen memiliki tanggung jawab pokok untuk mendorong diterapkannya prinsip tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*) di dalam perusahaan melalui pemberdayaan dewan komisaris agar dapat melakukan tugas pengawasan dan pemberian nasihat kepada direksi secara efektif dan lebih memberikan nilai tambah bagi perusahaan.

2. Dalam upaya untuk melaksanakan tanggung jawabnya dengan baik maka komisaris independen harus secara proaktif mengupayakan agar dewan komisaris melakukan pengawasan dan memberikan nasehat kepada direksi yang terkait dengan, namun tidak terbatas pada hal-hal sebagai berikut:
- a. Memastikan bahwa perusahaan memiliki strategi bisnis yang efektif, termasuk di dalamnya memantau jadwal, anggaran dan efektifitas strategi tersebut.
 - b. Memastikan bahwa perusahaan mengangkat eksekutif dan manajer-manajer profesional.
 - c. Memastikan bahwa perusahaan memiliki informasi, sistem pengendalian, dan sistem audit yang bekerja dengan baik.
 - d. Memastikan bahwa perusahaan mematuhi hukum dan perundangan yang berlaku maupun nilai-nilai yang ditetapkan perusahaan dalam menjalankan operasinya.
 - e. Memastikan resiko dan potensi krisis selalu diidentifikasi dan dikelola dengan baik.
 - f. Memastikan prinsip-prinsip dan praktek *Good Corporate Governance* dipatuhi dan diterapkan dengan baik, antara lain: menjamin transparansi dan keterbukaan laporan keuangan perusahaan, perlakuan yang adil terhadap pemegang saham minoritas dan *stakeholder* yang lain, diungkapkannya transaksi yang mengandung benturan kepentingan secara wajar dan adil, kepatuhan perusahaan pada perundangan dan peraturan yang berlaku dan menjamin akuntabilitas organ perseroan.

5. Ukuran Dewan Direksi

Dewan Direksi adalah *board of directors* yaitu pimpinan perusahaan yang dipilih oleh para pemegang saham untuk mewakili kepentingan mereka dalam mengelola perusahaan. Tugas dan fungsi utama Dewan Direksi menjalankan dan melaksanakan pengurusan Perseroan. Jadi Perseroan diurus, dikelola dan di-*manage* oleh Direksi. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan tugas pokok Dewan Direksi adalah:

- a. Bertanggungjawab penuh atas kepengurusan perusahaan.
- b. Melaksanakan tugasnya sesuai dengan maksud, tujuan perusahaan dan demi kepentingan perusahaan.
- c. Mewakili perusahaan baik didalam maupun diluar pengadilan sesuai dengan ketentuan anggaran dasar perusahaan.

Dalam penelitian ini ukuran dewan direksi akan diukur dengan jumlah anggota dewan direksi yang ada dalam perusahaan.

2.5 Karakteristik Perusahaan

Karakteristik perusahaan adalah faktor yang menyebabkan kualitas dan luas pengungkapan berbeda di setiap perusahaan. Dalam konteks laporan keuangan, penentuan karakteristik perusahaan dapat ditetapkan dengan menggunakan tiga kategori, yaitu: karakteristik yang berhubungan dengan struktur (*structure*), kinerja (*performance*), dan pasar (*market*) (Subiyantoro, dalam Ruwita, 2012). Struktur meliputi ukuran (*size*) perusahaan. Kemudian kinerja mencakup kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (*profitabilitas* perusahaan). Selanjutnya karakteristik yang berhubungan dengan pasar, ditentukan oleh faktor-faktor yang bersifat kualitatif, misalnya tipe ukuran auditor. Dengan demikian karakteristik perusahaan dalam penelitian ini akan diukur dengan ukuran perusahaan, *profitabilitas* dan ukuran akuntan publik.

1. Ukuran Perusahaan

Menurut Sawir (2012), ukuran perusahaan dinyatakan sebagai determinan dari struktur keuangan. Ukuran perusahaan adalah suatu skala, dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara, seperti melalui total aktiva. Maka dalam penelitian ini ukuran perusahaan akan diukur dengan total aktiva. Mengingat jumlah total aktiva sangat besar maka ukuran perusahaan dalam penelitian ini akan menggunakan *logartima natural* (LN) dari total aktiva.

2. Profitabilitas

Menurut Harahap (2011), *profitabilitas* merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba melalui semua kemampuan

dan sumber yang ada. Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan (Kasmir, 2016).

Menurut Kasmir (2016), penggunaan rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang ada di laporan keuangan, terutama laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi. Pengukuran dapat dilakukan untuk beberapa periode operasi. Tujuannya agar terlihat perkembangan perusahaan dalam rentang waktu tertentu, baik penurunan atau kenaikan, sekaligus mencari penyebab perubahan tersebut.

Hasil pengukuran tersebut dapat dijadikan alat evaluasi kinerja manajemen selama ini, apakah mereka telah berkerja secara efektif atau tidak. Jika berhasil mencapai target yang telah ditentukan, mereka dikatakan telah berhasil mencapai target untuk periode atau beberapa periode. Namun, sebaliknya jika gagal atau tidak berhasil mencapai target yang telah ditentukan, ini akan menjadi pelajaran bagi manajemen untuk period eke depan. Kegagalan ini harus diselidiki di mana letak kesalahan dan kelemahannya sehingga kejadian tersebut tidak terulang. Kemudian, kegagalan atau keberhasilan dapat dijadikan sebagai bahan acuan untuk perencanaan laba ke depan, sekaligus kemungkinan untuk menggantikan manajemen yang baru karena itu, rasio ini sering disebut sebagai salah satu alat ukur kinerja manajemen (Kasmir, 2016).

Profitabilitas dalam penelitian ini diukur dengan *return on equity*. *Return on equity* mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba berdasarkan modal saham tertentu. Rumus untuk mencari nilai *return on equity* adalah sebagai berikut:

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Modal Sendiri}}$$

3. Ukuran Kantor Akuntan Publik

Kantor akuntan publik adalah lembaga yang memiliki ijin dari menteri keuangan sebagai wadah bagi akuntan publik dalam menjalankan pekerjaannya. Di Indonesia, jumlah kantor akuntan publik dari tahun ke tahun semakin bertambah sejalan dengan semakin pesatnya perekonomian dan bisnis. Sampai saat ini telah terdapat lebih dari 500 kantor akuntan publik yang dapat digolongkan menjadi kantor akuntan besar, sedang, dan kecil. Kantor akuntan publik yang tergolong besar hanya sedikit jumlahnya dan umumnya bekerjasama dengan kantor-kantor akuntan yang berskala internasional. Saat ini terdapat empat kantor akuntan publik berskala internasional, yang lebih dikenal dengan *big-4* (Widiawan, 2011).

Kantor akuntan publik *big-4* secara umum dianggap sebagai penyedia laporan audit yang berkualitas tinggi, klien. KAP *big-4* adalah empat perusahaan akuntansi internasional terbesar dan perusahaan jasa profesional yang bergerak dalam bidang audit, dan konsultasi untuk perusahaan perdagangan dan swasta. Adapun yang termasuk dalam *big-4* adalah (Widiawan, 2011):

1. Pricewaterhouse Coopers yang berafiliasi dengan kantor akuntan publik Drs. Hadi Sutanto & Rekan hingga akhir tahun 2003, kemudian tahun 2004 berganti afiliasi dengan kantor akuntan publik Haryanto Sahari & Rekan hingga tahun 2008, kemudian tahun 2009 berganti afiliasi dengan kantor akuntan publik Tanudiredja Wibisana & Rekan.
2. Deloitte Touche Tohmatsu yang berafiliasi dengan kantor akuntan public Hans Tuanakotta Mustofa & Halim hingga tahun 2005, kemudian tahun 2006 berganti afiliasi dengan kantor akuntan publik Osman Ramli Satrio dan Rekan, kemudian tahun 2007 berafiliasi dengan Osman Bing Satrio & Rekan.
3. Ernst & Young yang berafiliasi dengan kantor akuntan publik Prasetio, Sarwoko & Sandjaja hingga tahun 2005, kemudian tahun 2006 berubah menjadi Purwantono, Sarwoko & Sandjaja.
4. KPMG yang berafiliasi dengan kantor akuntan public Siddharta & Widjadja.
- 5.

2.6 Regulasi Pemerintah

Menurut Coghill dalam Basuki dan Patrioty (2011), regulasi pemerintah dapat dipahami sebagai bagian yang tidak dapat dipisahkan dari lingkungan perusahaan, sebab sebagai badan pembuat peraturan (*Regulatory Body*) pemerintah memiliki peran signifikan terhadap kebijakan yang dibuat oleh perusahaan terhadap lingkungan eksternalnya. Henriques dan Sadorsky dalam Basuki dan Patrioty (2011), juga merekomendasikan bahwa regulasi pemerintah memiliki pengaruh terhadap pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan. Peran pemerintah menjadi penting karena pemerintahan juga merupakan bagian salah satu komponen *stakeholder* perusahaan (Freeman, dalam Basuki dan Patrioty 2011).

CSR yang diatur dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT), dan Undang-undang No. 25 tahun 2007 tentang penanaman modal, serta diperkuat dengan Peraturan pemerintah no 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas, pengaturan terhadap CSR oleh perusahaan diatur pada Bab V pasal 74 Undang Undang No. 40 Tahun 2007 tentang PT yang berbunyi “perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, dan pada Undang–Undang tentang Penanaman Modal pengaturan tentang Tanggung Jawab Sosial diatur pada pasal 15 yang perumusannya: “Setiap penanam modal wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial” serta pada Pasal 2 Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan: “Setiap perseroan selaku subjek hukum mempunyai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan”. Dalam penelitian ini regulasi pemerintah akan diukur dengan variabel dummy dengan ketentuan skor 1 untuk perusahaan yang menyajikan pengungkapan CSR pada laporan tahunan dan 0 untuk perusahaan yang tidak menyajikan pengungkapan CSR pada laporan tahunan.

2.7 Penelitian Terdahulu

Daftar penelitian terdahulu penulis jadikan bahan referensi dapat dilihat pada tabel

2.2.

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Variabel	Metode Analisis	Hasil
1	Diba (2012)	Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Regulasi Pemerintah Terhadap Pengungkapan Laporan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Pada Laporan Tahunan di Indonesia	Variabel Bebas: Kepemilikan Saham Pemerintah, Kepemilikan Saham Asing, Regulasi Pemerintah, Tipe Industri, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Variabel Terikat: Pengungkapan CSR	Regresi Linear Berganda	Kepemilikan Saham Pemerintah, Regulasi Pemerintah, Tipe Perusahaan dan Ukuran Industri Berpengaruh Signifikan Terhadap Pengungkapan CSR, sedangkan Kepemilikan Saham Asing dan Profitabilitas Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Pengungkapan CSR

No	Peneliti	Judul	Variabel	Metode Analisis	Hasil
2	Andriyani (2013)	Pengaruh Mekanisme <i>Good Corporate Governance</i> (GCG)	Variabel Bebas: Ukuran Dewan Komisaris, Ukuran Komite Audit,	Regresi Linear Berganda	Ukuran Dewan Komisaris Berpengaruh Positif Terhadap Luas Pengungkapan

		Terhadap Luas Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011	Kepemilikan Asing, Kepemilikan Manajerial dan Kelembagaan Kepemilikan Variabel Terikat: Luas Pengungkapan CSR		CSR, sedangkan Ukuran Komite Audit, Kepemilikan Asing, Kepemilikan Manajerial dan Kelembagaan Kepemilikan Tidak Berpengaruh Terhadap Luas Pengungkapan CSR
3	Nursiam dan Gemitasari (2013)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	Variabel Bebas: <i>Leverage</i> , <i>Profitabilitas</i> , Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan dan <i>Likuiditas</i> Variabel Terikat: Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial	Regresi Linear Berganda	<i>Leverage</i> dan Ukuran Perusahaan Berpengaruh Signifikan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial, sedangkan <i>Profitabilitas</i> , Umur Perusahaan dan <i>Likuiditas</i> Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

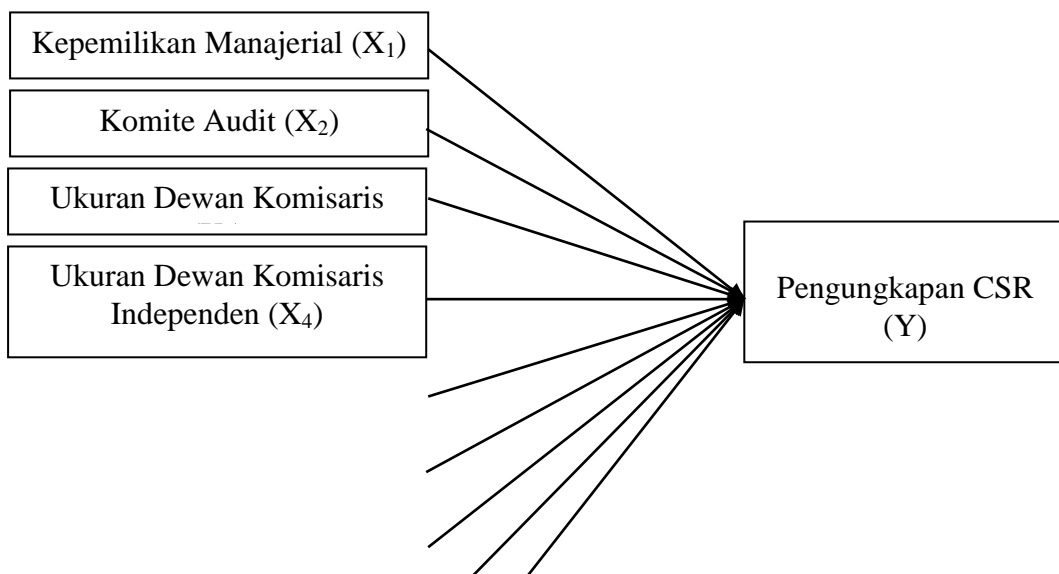
No	Peneliti	Judul	Variabel	Metode Analisis	Hasil
4	Ramdhani ngsih dan Utama (2013)	Pengaruh Indikator <i>Good Corporate Governance</i> dan Profitabilitas Pada Pengungkapan	Variabel Bebas: Dewan Komisaris, Dewan Komisaris Independen, Kepemilikan Manajerial,	Regresi Linear Berganda	Dewan Komisaris, Komisaris Independen Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Pengungkapan

		<i>Corporate Social Responsibility</i>	Kepemilikan Institusional dan Profitabilitas Variabel Terikat: Pengungkapan CSR		CSR, sedangkan Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional dan Profitabilitas Berpengaruh Signifikan Terhadap Pengungkapan CSR
5	Nurfadilah (2015)	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> , Karakteristik Perusahaan dan Regulasi Pemerintah Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Variabel Bebas: Komite Audit, Kepemilikan Manajerial, Ukuran Dewan Komisaris, <i>Profitabilitas</i> , <i>Likuiditas</i> , Profil Perusahaan dan Regulasi Pemerintah Variabel Terikat: Pengungkapan CSR.	Regesi Linear Berganda	Komite Audit Berpengaruh Signifikan Terhadap Pengungkapan CSR sedangkan Kepemilikan Manajerial, Ukuran Dewan Komisaris, <i>Profitabilitas</i> , <i>Likuiditas</i> , Profil Perusahaan dan Regulasi Pemerintah Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Pengungkapan CSR.

Sumber: Data diolah (2016)

2.8 Kerangka Pikir

Kerangka pikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:





Gambar 2.1
Kerangka Pikir

Berdasarkan gambar 2.1 diketahui bahwa variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepemilikan manajerial, komite audit, ukuran dewan komisaris, ukuran dewan komisaris independen, ukuran dewan direksi, ukuran perusahaan, *profitabilitas*, ukuran kantor akuntan publik dan regulasi pemerintah, sedangkan variabel terikatnya adalah pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

2.9 Hipotesis

2.9.1 Pengaruh Kepemilikan Manajerial Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Sutedi (2011), menyatakan bahwa kepemilikan manajerial adalah kepemilikan saham oleh pihak manajemen perusahaan. Kepemilikan saham manajerial dapat mensejajarkan antara kepentingan pemegang saham dengan manajer, karena manajer ikut merasakan langsung manfaat dari keputusan yang diambil dan manajer yang menanggung risiko apabila ada kerugian yang timbul sebagai konsekuensi dari pengambilan keputusan yang salah. Peningkatan atas kepemilikan manajerial akan membuat kekayaan manajemen, secara pribadi, semakin terikat dengan kekayaan perusahaan sehingga manajemen akan berusaha mengurangi resiko kehilangan kekayaannya. Kepemilikan manajerial yang tinggi berakibat pada rendahnya dividen yang dibayarkan kepada *shareholder*. Hal ini disebabkan karena pembiayaan yang dilakukan oleh manajemen terhadap nilai investasi di masa yang akan datang bersumber dari biaya internal. Struktur

kepemilikan manajerial dapat diukur sesuai dengan proporsi saham biasa yang dimiliki oleh manajerial. Semakin besar kepemilikan manajerial dalam perusahaan maka semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan, salah satunya dapat dilakukan dengan kegiatan sosial (*corporate social responsibility*). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ramdhaningsih dan Utama (2013), menyatakan bahwa kinerja manajerial berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* yang berarti bahwa semakin tinggi kepemilikan manajerial maka semakin tinggi juga pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan. Dengan demikian dapat dirumuskan hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah:

H₁: Kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

2.9.2 Pengaruh Komite Audit Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Sutedi (2011), menyatakan bahwa Komite audit adalah sekelompok komite yang dipercayai untuk melakukan audit internal dalam perusahaan. Komite Audit dibentuk untuk membantu dewan komisaris dalam melaksanakan tugasnya. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurfadilah (2015), menyatakan bahwa komite audit berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR yang berarti bahwa semakin banyak keanggotaan komite audit maka semakin tinggi pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan.

Dengan demikian dapat dirumuskan hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah:

H₂: Komite audit berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

2.9.3 Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Sutedi (2011) menyatakan bahwa dewan komisaris adalah organ perseroan yang bertugas melakukan pengawasan secara umum dan/atau khusus sesuai dengan anggaran dasar serta memberi nasihat kepada direksi. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Andriyani (2013), menyatakan bahwa ukuran dewan komisaris

berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*, yang berarti bahwa semakin banyak dewan komisaris dalam perusahaan dapat meningkatkan pengungkapan *corporate social responsibility*. Dengan demikian dapat dirumuskan hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah:

H₃: Ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

2.9.4 Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris Independen Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Sutedi (2011), menyatakan bahwa komisaris independen adalah anggota dewan komisaris yang tidak terafiliasi dengan direksi, anggota dewan komisaris lainnya dan pemegang saham pengendali, serta bebas dari hubungan bisnis atau hubungan lainnya yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak independen atau bertindak semata-mata demi kepentingan perusahaan. Jadi komisaris independen merupakan komisaris yang tidak ada hubungan keluarga atau hubungan bisnis dengan direksi maupun pemegang saham. Karena tidak ada hubungan seperti itu, maka komisaris independen ini diharapkan dapat bertindak objektif dan dapat melihat persoalan perseroan mensyaratkan adanya komisaris independen ini, misalnya untuk perseroan terbatas terbuka. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Santioso dan Chandra (2012), menyatakan bahwa proporsi dewan komisaris independen berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, yang berarti bahwa semakin banyak dewan komisaris independen maka semakin tinggi pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan. Dengan demikian dapat dirumuskan hipotesis keempat dalam penelitian ini adalah:

H₄: Ukuran dewan komisaris independen berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

2.9.5 Pengaruh Ukuran Dewan Direksi Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Sutedi (2011), menyatakan bahwa Dewan Direksi adalah *board of directors* yaitu pimpinan perusahaan yang dipilih oleh para pemegang saham untuk mewakili

kepentingan mereka dalam mengelola perusahaan. Tugas dan fungsi utama Dewan Direksi menjalankan dan melaksanakan pengurusan Perseroan. Jadi Perseroan diurus, dikelola dan di-*manage* oleh Direksi. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Pebriana dan Sukartha (2012), menyatakan bahwa komposisi dewan direksi menunjukkan pengaruh yang signifikan pada pengungkapan *corporate social responsibility*, yang berarti bahwa semakin banyak dewan direksi dalam perusahaan maka semakin tinggi pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan. Dengan demikian dapat dirumuskan hipotesis kelima dalam penelitian ini adalah:

H₅: Ukuran dewan direksi berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

2.9.6 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Sawir (2012), ukuran perusahaan dinyatakan sebagai determinan dari struktur keuangan. Ukuran perusahaan adalah suatu skala, dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara, seperti melalui total aktiva. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Nursiam dan Gemitasari (2013), menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, yang berarti bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka semakin tinggi pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan. Dengan demikian dapat dirumuskan hipotesis keenam dalam penelitian ini adalah:

H₆: Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

2.9.7 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Harahap (2011), *profitabilitas* merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada. *Profitabilitas* dalam penelitian ini diukur dengan *return on equity*. *Return on equity* mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba

berdasarkan modal saham tertentu. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ramdhaningsih dan Utama (2013), menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, yang berarti bahwa semakin tinggi profitabilitas yang mampu dihasilkan perusahaan akan meningkatkan pengungkapan *corporate social responsibility*. Dengan demikian dapat dirumuskan hipotesis ketujuh dalam penelitian ini adalah:

H₇: *Profitabilitas* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

2.9.8 Pengaruh Ukuran Kantor Akuntan Publik Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Kantor akuntan publik adalah lembaga yang memiliki izin dari menteri keuangan sebagai wadah bagi akuntan publik dalam menjalankan pekerjaannya. Di Indonesia, jumlah kantor akuntan publik dari tahun ke tahun semakin bertambah sejalan dengan semakin pesatnya perekonomian dan bisnis. Sampai saat ini telah terdapat lebih dari 500 kantor akuntan publik yang dapat digolongkan menjadi kantor akuntan besar, sedang, dan kecil. Kantor akuntan publik yang tergolong besar hanya sedikit jumlahnya dan umumnya bekerjasama dengan kantor-kantor akuntan yang berskala internasional. Saat ini terdapat empat kantor akuntan publik berskala internasional, yang lebih dikenal dengan *big-4* (Widiawan, 2011). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sari (2012), menyatakan bahwa terdapat hubungan yang erat antara kategori Kantor Akuntan Publik (KAP) dengan *CSR Disclosure*, (pengungkapan tanggung jawab sosial dapat dipengaruhi oleh kategori KAP). Dengan demikian dapat diartikan bahwa ukuran kantor akuntan publik dapat mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* sehingga dapat dirumuskan hipotesis kedelapan dalam penelitian ini adalah:

H₈: Ukuran kantor akuntan publik berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

2.9.9 Pengaruh Regulasi Pemerintah Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Coghill dalam Basuki dan Patrioty (2011), regulasi pemerintah dapat dipahami sebagai bagian yang tidak dapat dipisahkan dari lingkungan perusahaan, sebab sebagai badan pembuat peraturan (*Regulatory Body*) pemerintah memiliki peran signifikan terhadap kebijakan yang dibuat oleh perusahaan terhadap lingkungan eksternalnya. Henriques dan Sadorsky dalam Basuki dan Patrioty (2011), juga merekomendasikan bahwa regulasi pemerintah memiliki pengaruh terhadap pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan. Peran pemerintah menjadi penting karena pemerintahan juga merupakan bagian salah satu komponen *stakeholder* perusahaan (Freeman, dalam Basuki dan Patrioty 2011). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Diba (2012), menyatakan bahwa regulasi pemerintah berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, yang berarti bahwa dengan adanya regulasi pemerintah maka pengungkapan *corporate social responsibility* akan tinggi. Dengan demikian dapat dirumuskan hipotesis kesembilan dalam penelitian ini adalah:

H₉: Regulasi pemerintah berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*