

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Akuntansi Sosial

Akuntansi sebagai disiplin ilmu dan profesi, akuntan sebagai profesional aktivitasnya berkaitan dengan penyediaan informasi bagi pengambilan keputusan. Informasi yang bersifat ekonomi saja untuk masa ini sudah tidak relevan lagi. Karena besarnya dampak kegiatan perusahaan terhadap kehidupan masyarakat, maka masyarakat menuntut agar perusahaan dapat mengontrol kegiatannya sehingga dampak tersebut tidak terus berkembang. Akuntansi sosial memiliki pengertian dan bentuk yang beragam. Akuntansi sosial merupakan suatu pengertian umum yang menaungi beberapa ekonomi seperti akuntansi tanggung jawab sosial, audit sosial pelaporan sosial perusahaan, dan akuntansi lingkungan serta pelaporannya. Melalui akuntansi sosial perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada *stockholder* tetapi lebih luas yaitu kepada *stakeholders*. Konsentrasi akuntansi sosial lebih diutamakan pada penelitian atas dampak penggunaan sistem akuntansi di masa sekarang dan perkembangannya.

Parker *et al* (1989) dalam Pramadita (2012) mendefinisikan akuntansi sosial sebagai berikut:

*“the construction and maintenance of organizational social information system designed to evaluate an organization’s social impact, assess the effectiveness of its programs, and report upon the overall discharge of its social responsibilities.”*

Parker mendefinisikan akuntansi sosial sebagai perancangan dan pemeliharaan sistem informasi untuk mengevaluasi dampak sosial perusahaan, menilai efektivitas program-program sosial, dan melaporkan keseluruhan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan.

Menurut Belkaoui dalam (Harahap, 2002; Rachmawati, 2007) bahwa:

“Akuntansi ekonomi sosial timbul dari penerapan akuntansi dari ilmu sosial, yaitu menyangkut pengaturan, pengukuran analisis, dan pengungkapan pengaruh ekonomi dan sosial dari kegiatan pemerintah dan perusahaan.”

Berdasarkan definisi-definisi diatas, secara umum dapat disimpulkan bahwa akuntansi sosial merupakan proses identifikasi dan pengukuran transaksi sosial perusahaan, evaluasi kinerja sosial perusahaan, serta pelaporan informasi kinerja sosial kepada pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan sebagai wujud pelaksanaan tanggung jawab sosial.

Tujuan akuntansi sosial adalah untuk mengidentifikasikan, mengukur dan mengungkapkan segala aspek sosial yang mencakup biaya, manfaat, maupun konsekuensi sosial lainnya yang ditimbulkan oleh kegiatan produksi perusahaan dan mengkomunikasikannya kepada *stakeholders*, yaitu karyawan, masyarakat, pemasok, dan pemerintah dalam bentuk pelaporan pertanggungjawaban sosial.

## 2.2 Tanggung Jawab Sosial

Tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility*) bersifat wajib bagi kriteria perusahaan tertentu seperti yang disebutkan dalam UU No. 40 Tahun 2007 Perseroan Terbatas Bab V pasal 74 mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan, dan tanggung jawab sosial dan lingkungan tersebut merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran. Jika perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban tanggung jawab sosial akan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Selain itu, UU No. 25 tahun 2007 Tentang Penanaman Modal Pasal 15 (b) menyatakan bahwa setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan, dan Peraturan Menteri BUMN No. 4 Tahun 2007 bahwa BUMN ikut serta dalam program PKBL sebagai wujud tanggung jawab sosial.

David (2008) dalam Hadi (2009) menguraikan prinsip-prinsip tanggung jawab sosial (*social responsibility*) yaitu: (1) *Sustainability*, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas dengan tetap memperhatikan

sumber daya di masa depan, (2) *Accountability*, merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggung jawab atas aktivitas yang telah dilakukan kepada pihak internal dan eksternal. Tingkat keluasan dan keinformasian laporan perusahaan menentukan legitimasi *stakeholder* eksternal dan meningkatkan transaksi saham perusahaan. (3) *Transparency*, merupakan pelaporan aktivitas perusahaan dan untuk mengurangi asimetri informasi mengenai pertanggungjawaban sosial dan lingkungan.

Tanggung jawab sosial merupakan suatu bentuk tanggung jawab yang diberikan oleh perusahaan atas dampak positif maupun dampak negatif yang ditimbulkan dari aktivitas operasionalnya dan berpengaruh terhadap lingkungan perusahaan khususnya masyarakat dimana perusahaan tersebut berada.

Perusahaan dituntut tidak hanya memfokuskan aktivitasnya sebatas menyediakan barang dan jasa bagi masyarakat tetapi juga harus bertanggung jawab dalam mempertahankan kualitas lingkungan sosialnya secara fisik maupun memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan masyarakat dimana mereka berada.

### **2.3 Pengungkapan Sosial (*Social Disclosure*)**

Anggraini (2006) menyatakan bahwa tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*) mendorong perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya. Masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktivitas sosialnya, sehingga hak masyarakat untuk hidup aman dan tentram, kesejahteraan karyawan, dan keamanan mengkonsumsi makanan dapat terpenuhi.

Menurut Darwin (2007) dalam Rachmawati (2011) pengungkapan kinerja lingkungan, sosial dan ekonomi di dalam laporan tahunan atau laporan terpisah adalah untuk mencerminkan tingkat akuntabilitas, responsibilitas, dan transparansi korporat kepada investor dan *stakeholders* lainnya. Tujuannya untuk menjalin hubungan komunikasi yang baik dan efektif antara perusahaan dengan

*stakeholders* tentang bagaimana perusahaan telah mengintegrasikan CSR, lingkungan dan sosial dalam setiap aspek kegiatan operasinya.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting* atau *corporate social responsibility* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Mathews, 1995 dalam Sembiring, 2005). Sedangkan Guthrie (1985) dalam Zaenuddin (2007) menyatakan bahwa pengungkapan sosial (*social disclosure*) adalah informasi keuangan dan non keuangan yang berhubungan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan sosial yang dinyatakan dalam laporan tahunan atau laporan sosial yang terpisah.

Keharusan perusahaan untuk melakukan *social disclosure* tertuang pada Undang-undang PT No. 40 tahun 2007 Bab IV pasal 66 mengenai Laporan Tahunan, pada ayat 2 butir c dijelaskan bahwa Direksi dalam menyampaikan laporan tahunan harus memuat sekurang-kurangnya laporan mengenai pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, dan BAPEPAM No.Kep-134/BL/2006 Tentang Laporan Tahunan dijelaskan bahwa laporan tahunan wajib memuat mengenai aktivitas dan biaya yang dikeluarkan berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan.

Namun demikian, peraturan tersebut belum memuat tentang standar-standar mengenai item-item pengungkapannya sehingga *social disclosure* sifatnya masih sukarela (*voluntary disclosure*) sebagai informasi tambahan bagi pengguna, maka perusahaan memiliki keleluasaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosialnya atau *social disclosure*. Keleluasaan tersebut menimbulkan keragaman pada tingkat keluasaan *social disclosure* yang dilakukan oleh perusahaan.

Menurut Hadi (2009) terdapat beberapa alasan yang mendasari perusahaan melakukan pengungkapan sosial (*social disclosure*), antara lain:

1. Keterlibatan sosial perusahaan terhadap masyarakat yang merupakan respon tanggung jawab sosial perusahaan.

2. Keterlibatan dalam menjaga kelestarian lingkungan dan mengurangi dampak sosial.
3. Meningkatkan nama baik perusahaan, simpati masyarakat, karyawan dan investor.
4. Menghindari campur tangan pemerintah dalam melindungi masyarakat.
5. Meningkatkan respon positif norma dan nilai masyarakat.
6. Membantu program pemerintah seperti konservatif, pelestarian budaya, lapangan kerja, dan peningkatan pendidikan.

Harahap (2003) dalam Hadi (2009) menjelaskan bahwa perusahaan melakukan *social disclosure* karena dipengaruhi motif tertentu, yaitu membangun *image* perusahaan, membangun *linkage* pasar, mempengaruhi investor, mengurangi tuntutan *stakeholders* dan meningkatkan transaksi masyarakat.

*Social disclosure* memperluas tanggung jawab perusahaan, diluar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemegang saham dan *stakeholders* lainnya. Perluasan tersebut dibuat dengan asumsi bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas dibandingkan hanya mencari laba untuk pemegang saham (Gray *et. al*, 1987 dalam Sembiring, 2005). Menurut Marwata (1999) dalam Utami dan Prastiti (2011) pengungkapan sosial oleh perusahaan merupakan informasi yang sifatnya sukarela karenanya perusahaan memiliki kebebasan untuk mengungkapkan informasi yang tidak diharuskan oleh badan penyelenggara pasar modal. Keleluasaan tersebut menyebabkan terjadinya keragaman dalam kualitas pengungkapan diantara perusahaan publik.

Terdapat beberapa teori menurut Gray *et.al*, (1996) dan O'Donovan (2002) dalam Hadi (2009) yang digunakan untuk menjelaskan kecenderungan pengungkapan sosial (*social disclosure*), yaitu:

a. Teori Legitimasi

Legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*),

pemerintah dan kelompok masyarakat, dimana operasi perusahaan harus sesuai dengan harapan masyarakat. Perusahaan hanya bisa bertahan jika masyarakat merasa bahwa perusahaan beroperasi berdasarkan sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai di masyarakat. Jika terjadi ketidaksesuaian (*incongruence*) maka perusahaan kehilangan legitimasinya sehingga dapat mengancam kelangsungan hidup perusahaan. Pengurangan *incongruence* dapat dilakukan dengan meningkatkan tanggung jawab sosial, memperluas *social disclosure* sebagai wujud akuntabilitas dan transparansi perusahaan atas berbagai dampak yang ditimbulkan. Tingginya kesenjangan legitimasi sebagai akibat ketidaksesuaian antara aktivitas operasi perusahaan terhadap ekspektasi masyarakat memunculkan tekanan dari *stakeholders*.

b. Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Dalam menjalankan kegiatan-kegiatannya, perusahaan selalu berhubungan dengan stakeholder, seperti investor, pemerintah, konsumen, karyawan, dan pemasok. Hal itu selalu menjadi perhatian bagi stakeholder, khususnya investor dan calon investor sebagai pemilik dan penanam modal perusahaan. Sebaliknya, perusahaan wajib memberikan informasi kepada para stakeholdernya berupa satu set laporan keuangan. Perusahaan juga memberikan laporan tambahan, seperti laporan tentang pengungkapan CSR dalam bentuk laporan tahunan perusahaan. Laporan tambahan ini bertujuan memberikan informasi sebagai tanda (*signal*) kepada stakeholder bahwa perusahaan telah melakukan tanggung jawab sosial dan kepedulian terhadap lingkungan.

Menurut Prasetyaningrum (2008) dalam Fitriyani (2012) teori sinyal (*signaling theory*) menjelaskan mengapa perusahaan memiliki dorongan untuk memberikan laporan keuangan kepada pihak eksternal.

Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi adalah karena terdapat asimetri informasi antara manajemen perusahaan dan pihak luar (investor). *Signaling theory* menekankan bahwa perusahaan akan cenderung menyajikan informasi yang lebih lengkap dalam laporan keuangan dan laporan tahunannya untuk memperoleh reputasi yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR, yang akhirnya akan menarik perhatian investor. Ini dijadikan motivasi bagi perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR agar menjadi lebih baik daripada perusahaan-perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR.

c. Teori *Stakeholder*

*Stakeholder* adalah semua pihak baik internal maupun eksternal (pemerintah, pesaing, masyarakat, lingkungan internasional, LSM, karyawan, pemegang saham, kreditur) yang memiliki hubungan, baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan. Keterlibatan *stakeholder* menuntut perusahaan agar menyediakan informasi mengenai kegiatan bisnisnya termasuk kegiatan sosialnya. *Stakeholder* perlu mengetahui sejauh mana kegiatan CSR yang telah dilakukan perusahaan melalui *social disclosure* yang luas dan memadai. Menurut Robert (1992) dalam Zaenuddin (2007) menyatakan bahwa *social disclosure* perusahaan merupakan sarana yang sukses bagi perusahaan untuk menegosiasikan hubungan dengan *stakeholdernya*. Dari teori di atas mengindikasikan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dilakukan oleh perusahaan sebagai reaksi terhadap tekanan-tekanan dari lingkungannya agar perusahaan merasa eksistensinya dan aktivitasnya terlegitimasi.

Penelitian ini menggunakan *Global Reporting Initiative* (GRI) sebagai indikator pengungkapan sosial (*corporate social responsibility*). GRI merupakan kerangka kerja pelaporan keberlanjutan yang paling banyak dipergunakan di dunia dalam rangka mendorong transparansi

yang lebih besar. Kerangka tersebut menetapkan prinsip dan indikator yang dapat dipergunakan organisasi untuk mengukur dan melaporkan kinerja ekonomi, lingkungan dan sosialnya.

Transparansi mengenai keberlanjutan dari aktivitas organisasi menjadi perhatian penting dari berbagai pemangku kepentingan, termasuk perusahaan, pekerja, lembaga swadaya masyarakat, investor, akuntan, dan lainnya. Hal inilah yang menyebabkan kenapa GRI sangat bergantung pada kerja sama dari sebuah jejaring besar para ahli yang berasal dari berbagai pemangku kepentingan dalam melakukan konsultasi untuk mencapai konsensus. Melalui konsultasi ini, dan juga pengalaman praktis selama ini, telah dapat memperbaiki dan meningkatkan secara terus-menerus Kerangka Pelaporan yang ada sejak didirikannya GRI di tahun 1987. Pembelajaran dari pendekatan berbagai pemangku kepentingan ini telah menjadikan Kerangka Pelaporan memiliki kredibilitas yang tersebar dan digunakan oleh berbagai kelompok pemangku kepentingan.

Laporan keberlanjutan adalah praktek pengukuran, pengungkapan dan upaya akuntabilitas dari kinerja organisasi dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan kepada para pemangku kepentingan baik internal maupun eksternal. 'Laporan Keberlanjutan' merupakan sebuah istilah umum yang dianggap sinonim dengan istilah lainnya untuk menggambarkan laporan mengenai dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial (misalnya *triple bottom line*, laporan pertanggungjawaban perusahaan, dan lain sebagainya). Sebuah laporan keberlanjutan harus menyediakan gambaran yang berimbang dan masuk akal dari kinerja keberlanjutan sebuah organisasi, baik kontribusi yang positif maupun negatif.

Laporan Keberlanjutan yang disusun berdasarkan Kerangka Pelaporan GRI mengungkapkan keluaran dan hasil yang terjadi dalam suatu periode laporan tertentu dalam konteks komitmen organisasi, strategi, dan pendekatan manajemennya. Laporan dapat digunakan untuk tujuan berikut, di antaranya:

- Patok banding dan pengukuran kinerja keberlanjutan yang menghormati hukum, norma, kode, standar kinerja, dan inisiatif sukarela;

- Menunjukkan bagaimana organisasi mempengaruhi dan dipengaruhi oleh harapannya mengenai pembangunan berkelanjutan; dan
- Membandingkan kinerja dalam sebuah organisasi dan di antara berbagai organisasi dalam waktu tertentu.

Pada penelitian ini, pengungkapan menggunakan pembobotan berdasarkan laporan tahunan (*annual report*). Kategori tersebut sesuai dengan *Social Disclosure* berdasarkan *Global Reporting Initiative* (GRI) 4.1 dan dihitung melalui *Content Analysis* dengan pembobotan. *Global Reporting Initiative* (GRI) 4.1 terbagi atas 3 indikator utama, yaitu: (1). *Economic Performance Indicator*; (2). *Environment Performance Indicator*; dan (3). *Social Indicator*.

Pada *Social Indicator* terdiri dari empat bagian penilaian pengungkapan, yaitu; (1). *Human right performance indicators*; (2). *Labor practices and decent work performance indicators*; (3). *Product responsibility performance*; dan (4). *Society performance indicators*. Pembobotan atas pengungkapan diberikan empat nilai mulai dari 0, 1, 2, dan 3. Pemberian nilai ini didasarkan pada *GRI guidelines*.

Nilai 0 diberikan apabila laporan tidak memberikan penjelasan, tidak ada perhatian, tidak ada informasi yang relevan, atau tidak ada program.

Apabila laporan memberikan penjelasan dan atau menyinggung sedikit informasi yang dibutuhkan akan diberikan nilai 1.

Nilai 2 diberikan apabila laporan paling sedikit menyampaikan 2 hal yang berkaitan atau menyajikan sebagian informasi yang dibutuhkan.

Sedangkan nilai 3 diberikan apabila laporan menyajikan informasi secara lengkap dan komprehensif sesuai dengan *GRI Guidelines*.

*Corporate Social Responsibility* diduga dipengaruhi oleh beberapa karakteristik perusahaan. Menurut Laraswita dan Indrayani (2009) karakteristik perusahaan merupakan ciri khas atau sifat yang melekat dalam suatu entitas usaha

yang dapat dilihat dari beberapa segi. Pada penelitian ini, karakteristik perusahaan meliputi: ukuran perusahaan (*size*), profitabilitas, *leverage*, dan likuiditas.

#### 2.4 Profitabilitas

Profitabilitas mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan (Fahmi, 2011). Menurut Fahmi (2011), rasio profitabilitas adalah bermanfaat untuk menunjukkan keberhasilan perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan.

Menurut Brigham dan Houston (2006) dalam mengukur tingkat profitabilitas ada beberapa rasio yang bisa dipakai. Diantaranya akan dijelaskan dibawah ini, yaitu:

- a. *Gross Profit Margin* (Margin Laba Kotor)  
Yaitu rasio yang menunjukkan kemampuan penjualan dalam menghasilkan laba kotor. Sehingga bisa diketahui tingkat penjualan yang berhasil dilakukan akan memberikan tingkat pendapatan yang berupa laba kotor,
- b. *Net Profit Margin* (Margin Laba Bersih)  
Yaitu rasio yang menunjukkan kemampuan penjualan dalam menghasilkan laba bersih.
- c. *Return On Asset* (Pengembalian atas Asset)  
Yaitu rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan dari modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan keuntungan netto.
- d. *Return On Equity* (Pengembalian atas Ekuitas)  
Yaitu rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan dari modal sendiri untuk menghasilkan keuntungan bagi seluruh pemegang saham, baik saham biasa maupun saham preferen.

Almilia dan Retrinasari (2007) menjelaskan bahwa rasio profitabilitas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (*profit*) pada tingkat penjualan, aset, dan modal.

Rasio profitabilitas salah satunya di proksi dengan menggunakan *Return On Asset* (ROA). ROA merupakan salah satu rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan total aset yang dimilikinya. Menurut Brigham dan Houston (2010) ROA merupakan rasio laba bersih terhadap total aset, untuk mengukur pengembalian atas total aset setelah bunga dan pajak.

Penelitian ini menggunakan proksi *Return on Assets* (ROA ) untuk mengukur profitabilitas, karena dengan ROA dapat mengetahui kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan atau *profit* dari total aset yang dimiliki. Setelah mengetahui rasio ini, maka dapat menilai apakah perusahaan ini efisien dalam memanfaatkan asetnya dalam kegiatan operasional perusahaan. Rasio ini juga memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukkan efektivitas manajemen dalam menggunakan aset untuk memperoleh pendapatan. Dengan demikian, besar dan kecilnya perusahaan berdasarkan total asetnya, dapat menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan *profitnya* melalui rasio *return on asset* (ROA). Adapun rumus ROA adalah sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

## 2.5 Likuiditas

Laporan keuangan melaporkan posisi keuangan perusahaan pada saat tertentu maupun hasil operasinya selama periode lalu. Walaupun demikian, nilai ril dari laporan keuangan terletak pada kenyataan bahwa laporan tersebut dapat digunakan membantu meramalkan laba dan dividen perusahaan di masa mendatang. Dari sudut investor, meramalkan masa mendatang merupakan hal terpenting dari analisis laporan keuangan, sedangkan dari sudut manajemen, analisis laporan keuangan berguna sebagai cara untuk mengantisipasi keadaan di

masa mendatang dan sebagai titik tolak bagi tindakan perencanaan yang akan mempengaruhi jalannya kejadian di masa mendatang.

Likuiditas adalah rasio yang memperlihatkan hubungan kas perusahaan dan aset lancar lainnya terhadap kewajiban lancarnya. Likuiditas merupakan suatu indikator mengenai kemampuan perusahaan untuk membayar semua kewajiban finansial jangka pendek pada saat jatuh tempo dengan menggunakan aset lancar yang tersedia. Menurut Cooke (1991) dalam Almilia dan Retrinasari (2007) menjelaskan bahwa di satu sisi tingkat likuiditas yang tinggi akan menunjukkan kuatnya kondisi keuangan perusahaan dan kesehatan perusahaan yang ditunjukkan dalam rasio likuiditas yang tinggi diharapkan berhubungan dengan pengungkapan yang lebih luas. Hal ini didasarkan bahwa perusahaan yang secara keuangan sehat, kemungkinan akan lebih banyak mengungkapkan informasi dibanding dengan perusahaan yang likuiditasnya rendah. Sebaliknya apabila likuiditas dipandang oleh pasar sebagai ukuran kinerja, maka perusahaan yang memiliki rasio likuiditas rendah perlu mengungkapkan informasi yang lebih rinci untuk menjelaskan lemahnya kinerja dibanding dengan perusahaan yang memiliki rasio likuiditas yang tinggi (Wallace, 1994) dalam (Hadi, 2000).

Dua rasio likuiditas yang lazim digunakan yaitu rasio lancar dan rasio cepat. Rasio lancar (*current ratio*) adalah angka rasio yang diperoleh dengan jalan membagi aset lancar dengan kewajiban lancar. Rasio tersebut menunjukkan sampai sejauh mana tagihan-tagihan jangka pendek dari para kreditor dapat dipenuhi dengan aset yang diharapkan akan dikonversi menjadi uang tunai dalam waktu dekat. Rasio cepat (*quick ratio/acid test ratio*) adalah rasio yang dihitung dengan mengurangi persediaan dari aset lancar dan membagi sisanya dengan kewajiban lancar.

Rasio likuiditas yang digunakan dalam operasional variabel penelitian ini adalah rasio lancar dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Likuiditas} = \frac{\text{Total Current Asset}}{\text{Total Current Liabilities}} \times 100\%$$

## 2.6 *Leverage*

Rasio solvabilitas atau biasa disebut dengan *leverage* menunjukkan kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajibannya baik dengan menggunakan sumber-sumber modal (ekuitas) maupun dengan asetnya (Marsuki, 2010). Dalam penelitian Cahya (2010) menyebutkan bahwa rasio *leverage* digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki suatu perusahaan.

Menurut Sugiyono (2011: 71) *leverage* yaitu:

“Menunjukkan perbandingan utang dan modal untuk mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang.”

Menurut Fahmi (2011) rasio *leverage* adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena terjebak dengan tingkat utang yang tinggi dan sulit melepaskan beban utang tersebut. Dalam arti luas dikatakan bahwa rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (dilikuidasi). Menurut (Brigham dan Houston, 2010) kreditor lebih menyukai rasio utang yang rendah karena makin rendah rasio utang, maka makin besar perlindungan terhadap kerugian kreditor jika terjadi likuidasi.

Salah satu rasio *leverage* adalah dengan menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER). Menurut Darsono dan Ashari (2005) DER menunjukkan presentase penyediaan dana oleh pemegang saham terhadap pemberi pinjaman. Semakin tinggi rasio, semakin rendah pendanaan perusahaan yang disediakan oleh pemegang saham. Rasio ini juga dapat digunakan untuk melihat tingkat resiko yang akan dihadapi jika suatu utang tak terbayarkan.

Brigham dan Houston (2010) menjelaskan bahwa kreditor akan melihat ekuitas atau dana yang diperoleh sendiri sebagai suatu batasan keamanan, sehingga semakin tinggi proporsi jumlah modal yang diberikan oleh pemegang saham, maka semakin kecil resiko yang harus dihadapi oleh kreditor.

Berdasarkan definisi di atas, maka penelitian ini menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER) untuk mengukur *leverage*, rumusnya adalah sebagai berikut :

$$\text{DER} = \frac{\text{Total Liabilities}}{\text{Total Equity}} \times 100\%$$

## 2.7 Ukuran Perusahaan (*Size*)

Ukuran perusahaan (*size*) merupakan suatu skala yang berfungsi untuk mengklasifikasikan besar kecilnya entitas bisnis yang dinyatakan dalam ukuran nominal (Putra, 2011). Menurut Anggraini (2006), Utami dan Prastiti (2011) bahwa ukuran perusahaan dapat diproksikan dari nilai total aset, *log* penjualan, dan kapitalisasi pasar. Sedangkan Nurkhin (2009) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan adalah alat untuk mengukur suatu perusahaan berdasarkan aturan tertentu, yaitu dapat dilihat dari jumlah karyawan, *total assets*, dan volume penjualan.

Menurut Sembiring (2005) *size* perusahaan adalah:

“Jumlah aktiva (aktiva tetap, aktiva tak berwujud dan aktiva lain-lain), jumlah penjualan dan jumlah tenaga kerja yang dimiliki perusahaan sampai akhir periode pelaporan keuangan.”

Penelitian ini menggunakan *natural log* total penjualan sebagai proksi ukuran perusahaan (*size*) karena dianggap mampu menggambarkan ukuran perusahaan, semakin besar penjualannya maka ukuran perusahaan semakin besar. Perusahaan dengan total penjualan yang tinggi, memiliki kesempatan untuk menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan dengan total penjualan yang lebih rendah, sehingga dianggap mampu untuk melakukan kegiatan CSR dan *social disclosure* yang lebih luas. Namun, kelemahannya adalah tidak dapat menghasilkan keuntungan apabila total penjualan tidak dimanfaatkan secara efektif. Total penjualan relatif stabil, dibandingkan dengan kapitalisasi pasar. Namun demikian, besar dan kecilnya dapat terlihat setelah dibandingkan dengan total penjualan rata-rata emiten Jakarta Islamic Index (JII). Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui pengaruh besar dan kecilnya total penjualan sebagai proksi ukuran perusahaan terhadap *social disclosure*.

Penelitian Utami dan Prastiti (2011), Nurkhin (2009), Sudaryono dan Rahman (2007) telah membuktikan bahwa ukuran perusahaan dengan proksi *total assets* memiliki pengaruh terhadap pengungkapan sosial. Ukuran perusahaan dengan total aset akan ditransformasikan ke dalam bentuk logaritma natural (*natural log*) untuk menyamakan nilai dengan variabel lain, dikarenakan total penjualan perusahaan nilainya relatif besar dibandingkan variabel-variabel lain dalam penelitian ini dan untuk menyamakan ukuran saat regresi. Adapun rumus yang digunakan:

$$\text{Ukuran perusahaan} = \textit{natural log} (\textit{total asset})$$

## 2.8 Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional merupakan kepemilikan saham perusahaan yang mayoritas dimiliki oleh institusi atau lembaga (perusahaan asuransi, bank, perusahaan investasi, asset management dan kepemilikan institusi lain). Kepemilikan institusional merupakan pemegang saham terbesar sehingga merupakan sarana untuk memonitor manajemen (Djakman dan Machmud, 2008 dalam Anggraini, 2011). Peningkatan kepemilikan institusional menyebabkan pengawasan yang ketat terhadap kinerja manajemen sehingga secara otomatis manajemen akan menghindari perilaku yang merugikan prinsipal. Semakin besar *institutional ownership* maka semakin kuat kendali yang dilakukan pihak eksternal terhadap perusahaan.

Investor institusional dapat meminta manajemen perusahaan untuk mengungkapkan informasi sosial dalam laporan tahunannya untuk transparansi kepada stakeholders untuk memperoleh legitimasi dan menaikkan nilai perusahaan melalui mekanisme pasar modal sehingga mempengaruhi harga saham perusahaan (Brancato dan Gaughan, 1991 dalam Fauzi, Mahoney, dan Rahman, 2007). Hal ini juga terkait dengan *stakeholder* yang berada di luar pemilik (manajer). Yang termasuk dalam *stakeholder* yaitu *stockholders*, *creditors*, *employees*, *customers*, *suppliers*, *public interest groups*, dan *governmental bodies* (Roberts, 1992). Roberts juga mengemukakan perkembangan konsep *stakeholder* dibagi menjadi tiga yaitu model perencanaan perusahaan, kebijakan bisnis dan *corporate social responsibility*. Semakin tinggi rasio/ tingkat kepemilikan publik

dalam saham perusahaan, maka perusahaan tersebut diprediksi akan melakukan pengungkapan yang lebih tinggi (Hasibuan, 2001). Hal ini terjadi karena adanya hubungan timbal balik yang kuat antara tanggung jawab perusahaan dengan pihak luar yaitu masyarakat (publik).

$$\text{INST} = \frac{\text{Jumlah Saham yang dimiliki institusi}}{\text{Jumlah saham beredar akhir tahun}} \times 100\%$$

## 2.9 Penelitian terdahulu

Penelitian yang ada mengenai profitabilitas, likuiditas, leverage, ukuran perusahaan, dan struktur kepemilikan institusional yang mempengaruhi *corporate social responsibility disclosure* telah banyak dilakukan di Indonesia dan telah memperluas literatur pengungkapan sosial perusahaan secara empiris dengan memfokuskan pada sejumlah karakteristik perusahaan yang merupakan determinan potensial bagi praktek pengungkapan sosial perusahaan, namun masih terdapat beberapa keterbatasan. Ringkasan penelitian terdahulu yang dapat digunakan sebagai referensi oleh penulis beserta persamaan dan perbedaan pada penelitian ini dengan penelitian terdahulu tersaji pada tabel 2.1 di bawah ini:

**Tabel 2.1**  
**Ringkasan Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul	Variabel yang Digunakan	Populasi dan Sampel	Hasil Penelitian Terdahulu
1	Utami dan Prastiti  (2011)	Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Social Disclosure	<p>-Variabel independen: Size (total aset), profitabilitas (net profit margin/ NPM), umur perusahaan, leverage (debt to equity ratio/ DER), kepemilikan manajemen.</p> <p>- Variabel dependen: indeks pengungkapan CSR dengan ISO 26000.</p>	Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua perusahaan high profile yang bergerak di bidang agribisnis, pertambangan, industri dasar dan kimia, otomotif dan komponen, barang konsumsi dan telekomunikasi tahun 2006-2008. Sampling dengan jumlah sampel sebanyak 44 perusahaan.	<p>1. NPM dan size perusahaan berpengaruh positif terhadap social disclosure.</p> <p>2. Umur perusahaan, leverage, dan kepemilikan manajemen tidak berpengaruh terhadap social disclosure.</p>
2	Achmad Zaenuddin  (2007)	Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Praktek Pengungkapan Sosial dan Lingkungan pada Perusahaan Manufaktur Go Publik	<p>- Variabel independen: ukuran perusahaan (penjualan bersih), profitabilitas (ROA), tipe industri.</p> <p>- Variabel dependen: indeks pengungkapan CSR dengan 84 item.</p>	Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur di BEJ periode 2005. Sampling sebanyak 60 perusahaan.	<p>1. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan.</p> <p>2. Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan.</p> <p>3. Tipe industri berpengaruh positif terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan.</p> <p>4. Ukuran perusahaan, profitabilitas dan tipe industri berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.</p>

No	Nama Peneliti	Judul	Variabel yang Digunakan	Populasi dan Sampel	Hasil Penelitian Terdahulu
3	Almilia dan Retrinasari  (2007)	Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Kelengkapan Pengungkapan Dalam Laporan Tahunan Perusahaan Manufaktur di BEJ.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Variabel independen: ukuran perusahaan (total aset), leverage (DER), likuiditas, net profit margin (NPM), status perusahaan.</li> <li>- Variabel dependen: kelengkapan pengungkapan laporan tahunan tahun 2001-2004.</li> </ul>	Variabel independen : ukuran perusahaan diproksi dengan log total penjualan, profitabilitas dengan Return On Asset (ROA).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ukuran perusahaan, likuiditas, status persahaan berpengaruh terhadap kelengkapan pengungkapan sukarela.</li> <li>2. Leverage dan NPM tidak berpengaruh terhadap kelengkapan pengungkapan sukarela.</li> <li>3. Ukuran perusahaan, likuiditas, status persahaan, leverage dan NPM berpengaruh secara simultan terhadap kelengkapan pengungkapan sukarela.</li> </ol>
4	Bambang Sudaryono dan Muhammad Bani Rahman (2007)	Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Peusahaan Publik.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Variabel independen: Size (total aset), profitabilitas (return on asset/ ROA), tipe industri (profile), basis perusahaan, umur perusahaan, financial leverage (debt to equity ratio/ DER).</li> <li>- Variabel dependen: pengungkapan CSR.</li> </ul>	Variabel independen: ukuran perusahaan (size) diproksi dengan log total penjualan, likuiditas.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Size dan tipe industri perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab social</li> <li>2. ROA, basis, umur dan financial leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab social</li> <li>3. Size, ROA, tipe industri, basis perusahaan, umur perusahaan dan financial leverage berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.</li> </ol>

No	Nama Peneliti	Judul	Variabel yang Digunakan	Populasi dan Sampel	Hasil Penelitian Terdahulu
5	Reni dan Anggraini  (2006)	Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan	<p>-Variabel independen: kepemilikan manajemen, <i>leverage (debt to equity ratio/ DER)</i>, ukuran perusahaan (<i>size</i>), tipe industri, profitabilitas (<i>net profit margin/ NPM</i>).</p> <p>- Variabel dependen: indeks pengungkapan CSR.</p>	Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua perusahaan yang <i>go-public</i> di BEJ tahun 2000-2004. Sampling dipilih dengan metode <i>purposive</i> sampling, jumlah sampel sebanyak 1188 perusahaan.	<p>1. Kepemilikan manajemen dan tipe industri berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan informasi sosial.</p> <p>2. <i>Leverage</i>, ukuran perusahaan dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan informasi sosial.</p>
6	Eddy Rismanda Sembiring (2005)	Karakteristik Perusahaan Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Studi empiris pada perusahaan yang tercatat di bursa efek Jakarta).	<p>- Variabel independen: kepemilikan manajemen, <i>leverage (debt to equity ratio/ DER)</i>, ukuran perusahaan (<i>size</i>), tipe industri, profitabilitas (<i>net profit margin/ NPM</i>).</p> <p>- Variabel dependen adalah indeks pengungkapan CSR.</p>	Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua perusahaan yang tercantum di BEJ dalam <i>Indonesian Capital Market Directory (ICMD)</i> tahun 2002. Jumlah sampel sebanyak 78 perusahaan.	<p>1. <i>Size, profile</i>, ukuran dewan komisaris perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.</p> <p>2. Profitabilitas dan <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.</p> <p>3. Secara simultan variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggungjawab social.</p>

## 2.10 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

Beberapa tahun belakangan ini berkembang pesat suatu konsep dalam aktivitas perusahaan. Konsep tersebut merupakan suatu tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan sosial. Tanggung jawab sosial perusahaan tersebut memerlukan adanya pengungkapan. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting* atau *corporate social responsibility* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Mathews, 1995 dalam Sembiring, 2005).

Dalam penelitian ini, terdapat lima variabel yang mempengaruhi *corporate social responsibility disclosure*, yaitu: profitabilitas, likuiditas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan struktur kepemilikan institusional.

### 1) Profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Profitabilitas mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Semakin tinggi rasio profitabilitas, maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan (Fahmi, 2011).

Nurkhin (2009) menyatakan bahwa kemampuan manajemen dengan tanggung jawabnya dalam menghasilkan laba harus diiringi dengan kemampuan dalam melaksanakan tanggung jawab sosialnya. Melalui *social disclosure*, perusahaan mengkomunikasikan kepada publik bahwa tidak hanya mencari laba semata, namun juga peduli kepada lingkungan dan sosialnya. Dalam hal ini, semakin tinggi profitabilitas perusahaan, maka semakin tinggi *social disclosure* perusahaan.

Pada penelitian Kartadjumena, *et al* (2010) menyimpulkan bahwa profit memiliki hubungan yang positif dan kuat terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Selain itu, Utami dan Prastiti (2011) menyimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap *social disclosure*. Sedangkan Zaenuddin (2007) serta dalam penelitiannya

menunjukkan profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan. Kemudian Sudaryono dan Rahman (2007) serta Sembiring (2005) dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

## 2) Likuiditas dan *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Rasio likuiditas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Tingkat likuiditas dapat dipandang dari dua sisi. Disatu sisi, tingkat likuiditas yang tinggi akan menunjukkan kuatnya kondisi keuangan perusahaan. Perusahaan semacam ini cenderung untuk melakukan pengungkapan informasi yang lebih luas kepada pihak luar karena ingin menunjukkan bahwa perusahaan itu kredibel. (Almilia dan Retrinasari, 2007).

Wallace *et al* (1994) dalam (Fitriani,2001; Almilia dan Retrinasari, 2007) menyatakan bahwa likuiditas dapat juga dipandang sebagai ukuran kinerja manajemen dalam mengelola keuangan perusahaan. Penelitian Cooke (1989) dalam (Fitriani, 2001;Almilia dan Retrinasari,2007) menunjukkan bahwa rasio likuiditas mempunyai hubungan positif dengan luas pengungkapan sosial.

## 3) *Leverage* dan *Corporate Social Responsibility Disclosure*

*Leverage* menunjukkan kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajiban jangka pendek dan jangka panjang, baik dengan menggunakan sumber modal maupun dengan asetnya. Dapat dikatakan pula, rasio *leverage* digunakan untuk mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan dana utang dari kreditor. Perusahaan yang memiliki dana utang berarti memiliki resiko tidak terbayarkan utang tersebut. Kreditor sebagai pihak yang meminjamkan utang akan memiliki resiko tidak tertagihnya utang tersebut.

Kreditor akan menggunakan rasio *leverage* untuk melihat presentase dana yang disediakan oleh pemegang saham untuk menjamin utang-utangnya. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin rendah pendanaan

perusahaan yang disediakan oleh pemegang saham untuk melunasi utangnya, maka semakin besar resiko yang harus dihadapi oleh kreditur. Dapat dikatakan bahwa pada kondisi ini perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan menjadi perhatian para krediturnya. Kreditur akan menggunakan informasi yang ada untuk memperhatikan aktivitas perusahaan, baik dari laporan keuangan maupun laporan sosialnya melalui *social disclosure* perusahaan. Kondisi ini akan mendorong perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi untuk mengurangi tingkat keluasan pengungkapan sosialnya agar tidak menjadi sorotan para krediturnya (Yintayani, 2011). Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi *leverage*, maka semakin rendah *social disclosure* perusahaan.

Utami dan Prastiti (2011), Anggraini (2006) dan Sembiring (2005) dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh positif terhadap *social disclosure*. Hal ini menunjukkan, semakin tinggi *leverage* maka akan semakin rendah pengungkapan CSR perusahaan. Sedangkan Cahya (2010) dalam penelitiannya berhasil membuktikan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Selain itu, penelitian Sudaryono dan Rahman (2007) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial .

#### 4) Ukuran Perusahaan (*size*) dan *Corporate Social Responsibility*

Ukuran perusahaan (*size*) merupakan suatu skala yang berfungsi untuk mengklasifikasikan besar kecilnya entitas bisnis yang dinyatakan dalam ukuran nominal. Ukuran perusahaan dapat dilihat dari total aset, volume penjualan, jumlah karyawan, dan kapitalisasi pasar.

Penelitian ini menggunakan total aset sebagai proksi ukuran perusahaan (*size*), semakin besar asetnya maka ukuran perusahaan semakin besar. Perusahaan dengan total aset yang tinggi, memiliki kesempatan untuk menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan dengan total aset yang lebih rendah, sehingga

dianggap mampu untuk melakukan kegiatan CSR dan *social disclosure* yang lebih luas.

Penelitian Sudaryono dan Rahman (2007) berpendapat bahwa perusahaan besar memiliki aktivitas operasional yang lebih banyak, sehingga berpotensi akan memberikan dampak yang lebih besar terhadap lingkungan dan sosial. Hal ini akan mendorong perusahaan besar untuk melakukan pengungkapan sosial yang lebih luas untuk mengkomunikasikan informasi mengenai tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan (*size*), maka semakin luas *corporate social responsibility*. Penelitian Zenuddin (2007), serta Anggraini (2006) membuktikan bahwa ukuran perusahaan (*size*) tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Selain itu, Utami dan Prastiti (2011), Sudaryono dan Rahman (2007), Sembiring (2005) dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

##### 5) Struktur Kepemilikan Institusional dan *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Semakin tinggi rasio/ tingkat kepemilikan publik dalam saham perusahaan, maka perusahaan tersebut diprediksi akan melakukan pengungkapan yang lebih tinggi (Hasibuan, 2001). Hal ini terjadi karena adanya hubungan timbal balik yang kuat antara tanggung jawab perusahaan dengan pihak luar yaitu masyarakat (publik).

Waddock dan Graves (1994) menemukan bahwa kepemilikan institusional yang ditunjukkan oleh jumlah institusi yang memiliki saham di suatu perusahaan berpengaruh signifikan secara positif terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Sedangkan, kepemilikan institusional yang ditunjukkan oleh persentase saham yang dimiliki oleh institusi di suatu perusahaan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Hasil penelitian yang ditemukan oleh Spicer (1978), Mahoney dan Robert (2007) bahwa investor

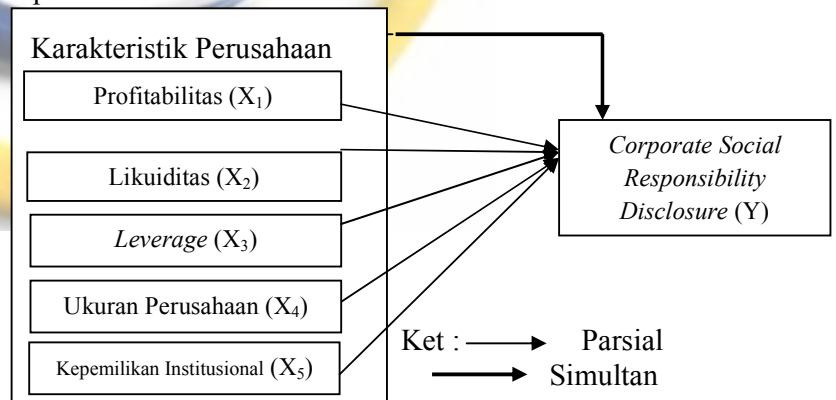
institusional mempertimbangkan *corporate social responsibility* yang rendah dari perusahaan merupakan investasi yang berisiko. Risiko itu berasal dari biaya sanksi akibat mengabaikan peraturan yang ada (*mandatory disclosure*).

Djakman dan Machmud (2008) menemukan bahwa kepemilikan institusi yang terdiri dari perusahaan perbankan, asuransi, dana pensiun, dan asset management di Indonesia belum mempertimbangkan tanggung jawab social sebagai salah satu kriteria dalam melakukan investasi, sehingga para investor institusi ini juga cenderung tidak menekan perusahaan untuk mengungkapkan CSR secara detail (menggunakan indikator GRI dalam laporan tahunan perusahaan).

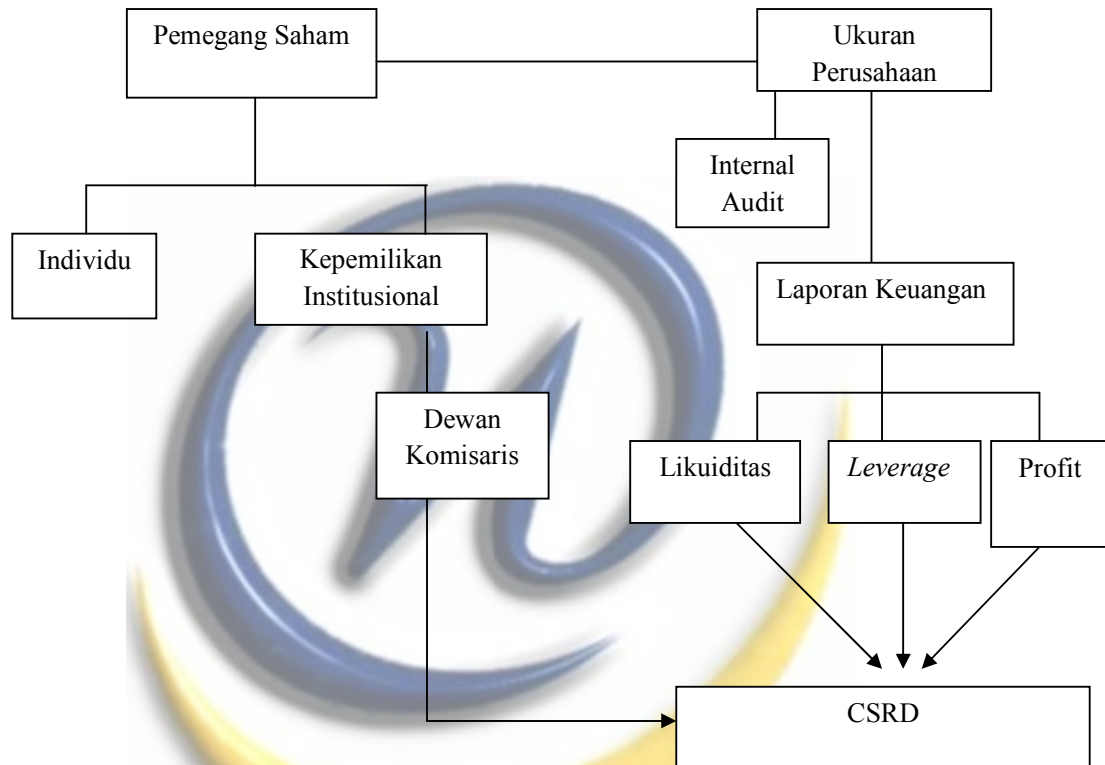
Secara sistematis, operasionalisasi variabel dan kerangka pemikiran berdasarkan landasan teori di atas dapat dilihat pada gambar 2.1, sebagai berikut :

Gambar 2.1

Operasionalisasi Variabel



**Gambar 2.2**  
**Kerangka Pemikiran**



Berdasarkan rumusan masalah, tujuan, teori, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure*.
- b. Likuiditas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure*.
- c. Leverage memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure*.

- d. Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure*.
- e. Struktur Kepemilikan Institusional memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure*.
- f. Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Struktur Kepemilikan Institusional memiliki pengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*

