

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori *Stakeholder (Stakeholder Theory)*

Stakeholder merupakan semua pihak yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan, seperti: karyawan, masyarakat, perusahaan pesaing dan pemerintah (Purwanto, 2011). Daud dan Abrar (2008) berpendapat bahwa kelompok tersebut menjadi pertimbangan paling penting untuk perusahaan mengungkapkan informasinya. Menurut teori stakeholder, perusahaan merupakan entitas yang beroperasi bukan hanya untuk kepentingan perusahaan itu sendiri tetapi juga harus memberikan manfaat kepada stakeholder-nya. Oleh sebab itu, dukungan dari stakeholder sangat mempengaruhi keberadaan suatu perusahaan. Jensen (2001) menyatakan bahwa keputusan manajemen harus memperhatikan stakeholder-nya untuk meningkatkan nilai perusahaan. Stakeholder juga mempunyai hak terhadap tindakan-tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan, seperti halnya pemegang saham (Waryanti, 2009).

2.1.2 Teori *Legitimasi (Legitimacy Theory)*

Teori legitimasi merupakan suatu gagasan tentang kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat. Menurut teori ini, untuk diterima oleh masyarakat, perusahaan harus mengungkapkan aktivitas social perusahaan sehingga akan menjamin kelangsungan hidup perusahaan (Reverte, 2009).Teori

legitimasi juga berpendapat bahwa perusahaan harus melaksanakan dan mengungkapkan aktivitas CSR semaksimal mungkin agar aktivitas perusahaan dapat diterima oleh masyarakat. Pengungkapan ini digunakan untuk melegitimasi aktivitas perusahaan di mata masyarakat, karena pengungkapan CSR akan menunjukkan tingkat kepatuhan suatu perusahaan (Branco dan Rodrigues, 2008).

2.1.3 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan (*Agency Theory*) merupakan basis teori yang mendasari praktik bisnis perusahaan yang dipakai selama ini. Teori tersebut berakar dari sinergi teori ekonomi, teori keputusan, sosiologi, dan teori organisasi. Prinsip utama teori ini menyatakan adanya hubungan kerja antara pihak yang memberi wewenang (prinsipal) yaitu investor dengan pihak yang menerima wewenang (agensi) yaitu manajer, dalam bentuk kontrak kerja sama.

2.1.4 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

CSR merupakan praktek bisnis transparan, yang didasarkan pada nilai-nilai etika, dengan memberikan perhatian pada karyawan, masyarakat dan lingkungan, serta dirancang untuk dapat melestarikan masyarakat secara umum dan juga para pemegang saham (CSRwire, 2005).

CSR yaitu suatu bentuk aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan ekonomi perusahaan sekaligus peningkatan kualitas hidup karyawan beserta keluarganya dan juga kualitas hidup masyarakat sekitar. Menurut Cheng dan Yulius (2011), aktivitas CSR dapat memberikan banyak manfaat, seperti: dapat meningkatkan citra dan daya tarik perusahaan di mata

investor serta analisis keuangan penjualan, dapat menunjukkan brand positioning, dan dapat meningkatkan penjualan dan market share. Pengungkapan CSR merupakan proses pemberian informasi kepada kelompok yang berkepentingan tentang aktivitas perusahaan serta dampaknya terhadap sosial dan lingkungan (Mathews, 1995).

Konsep CSR merupakan konsep yang sulit diartikan. Hal inilah yang membuat definisi CSR sangatlah luas dan bervariasi. Pengertian CSR menurut Lord Holme dan Richard Watt, dalam Nor Hadi. 2011;46: “CSR adalah komitmen berkelanjutan dari perusahaan yang berjalan secara etis dan memiliki kontribusi terhadap pembangunan untuk meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja dan keluarga mereka, dan juga komunitas lokal serta masyarakat luas” Ghana dalam Elvinaro dan Dindin (2011:37) mendefinisikan CSR sebagai berikut:

“CSR is about capacity building for sustainable livelihood. It respects cultural differences and finds the business opportunities in building the skill of employees, the community and the government”.

Definisi ini memberikan penjelasan secara lebih bahwa sesungguhnya CSR membangun kapasitas yang kemungkinan berkelanjutan. CSR menghargai perbedaan budaya dan menemukan peluang-peluang bisnis dalam membangun keterampilan, komunitas dan pemerintah.

Sebuah definisi yang lebih luas oleh *World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* yaitu suatu asosiasi global yang terdiri dari sekitar 200 perusahaan yang secara khusus bergerak di bidang “pembangunan berkelanjutan” (*sustainable development*) menyatakan bahwa “*Corporate Social Responsibility*

(CSR) adalah merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjaannya beserta seluruh keluarganya”.

Corporate Social Responsibility (CSR) akan secara proaktif menaikkan ketertarikan publik dengan mendorong pertumbuhan dan perkembangan komunitas. Pada dasarnya, CSR merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan dalam upaya untuk menaikkan ketrtarikan public dengan memperhatikan tiga garis besar (*triple bottom line*): *People, Planet, Profit*.

1. Sosial (People)

Dimensi sosial menyangkut keberlanjutan sebuah organisasi telah berdampak di dalam sistem sosial yang beroperasi. Indikator kinerja sosial GRI mengidentifikasi kunci aspek kinerja yang meliputi praktek perburuhan/tenaga kerja, hak asasi manusia, masyarakat/sosial, dan tanggung jawab produk (www.globalreporting.org).

Corporate Sosial Responsibility (CSR) dalam penelitian ini diukur melalui total biaya yang telah dikeluarkan oleh perusahaan melalui program kemitraan dan bina lingkungan (PKBL) yang terdapat dalam laporan tahunan perusahaan.

2. Lingkungan (Planet)

Dimensi lingkungan menyangkut keberlanjutan organisasi berdampak pada kehidupan di dalam sistem alam, termasuk ekosistem, tanah, udara, dan air. Indikator kinerja lingkungan terkait dengan input

(bahan, energi, air) dan output (emisi/gas, limbah sungai, limbah kering/sampah). Selain itu, kinerja mereka mencakup kinerja yang berkaitan dengan keanekaragaman hayati, kepatuhan lingkungan, dan informasi yang berkaitan lainnya seperti limbah lingkungan dan dampak dari produk dan jasa (www.globalreporting.org).

3. Ekonomi (Profit)

Dimensi ekonomi menyangkut keberlanjutan organisasi berdampak pada kondisi ekonomi dari stakeholder dan system ekonomi pada tingkat lokal, nasional, dan tingkat global. Indikator ekonomi menggambarkan arus modal di antara berbagai pemangku kepentingan dan dampak ekonomi utama dari organisasi seluruh masyarakat.

Kinerja keuangan merupakan hal yang mendasar untuk memahami organisasi dan keberlanjutannya. Akan tetapi, informasi ini biasanya sudah dilaporkan dalam laporan keuangan (www.globalreporting.org).

Selama ini belum ada satu teori tunggal yang diterima untuk menjelaskan akuntansi sosial dan lingkungan, sehingga masih banyak terdapat variasi dalam hal perspektif teoritis yang dapat diadopsi (Belkaoui dan Karpik, 1989 dalam Reverte, 2008).

2.1.5 Good Corporate Governance (GCG)

Komite Nasional Corporate Governance merumuskan GCG sebagai pola hubungan, sistem serta proses yang digunakan oleh organ perusahaan (direksi dan komisaris) guna memberi nilai tambah kepada para pemegang saham secara berkesinambungan dalam jangka panjang, berlandaskan peraturan perundang-

undangan dan norma yang berlaku, dengan tetap memperhatikan kepentingan para pemegang kepentingan lainnya. Pola hubungan, sistem serta proses itu sendiri berjalan berdasarkan 5 (lima) prinsip yaitu transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, independensi, dan kewajaran.

Di Indonesia istilah *Good Corporate Governance* seringkali diterjemahkan sebagai tata kelola perusahaan. Sedangkan pengertian *Good Corporate Governance* itu sendiri telah dikemukakan oleh banyak institusi dan para pakar. Berikut ini disajikan beberapa definisi *Good Corporate Governance* yang banyak digunakan sebagai acuan dalam diskusi dan tulisan-tulisan. Usaha untuk melembagakan *Good Corporate Governance* untuk kali pertama dilakukan oleh Bank of England dan London Stock Exchange pada tahun 1992 dengan membentuk Cadbury Committee. Komite ini bertugas menyusun *Good Corporate Governance Code* yang menjadi acuan utama (*Benchmark*) di banyak Negara (Barnhart dan Stuart, 1998).

Menurut komite ini *Good Corporate Governance* merupakan sistem yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan dengan tujuan, agar tercapai keseimbangan antara kekuatan kewenangan yang diperlukan oleh perusahaan, untuk menjamin kelangsungan eksistensinya dan pertanggung jawaban kepada *stakeholders* (Van Horne, 1998). Hal ini berkaitan dengan peraturan kewenangan pemilik, direktur, manajer, pemegang saham, dan sebagainya.

Keputusan Menteri BUMN Nomer KEP-117/M-MBU/2002 mendefinisikan corporate governance sebagai suatu proses dan struktur yang digunakan oleh organisasi BUMN untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan

akuntabilitas perusahaan guna mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan kepentingan stakeholder lainnya, berlandaskan peraturan perundangan-undangan dan nilai etika.

Dari rumusan di atas terlihat bahwa unsur GCG adalah prinsip korporasi yang sehat; yang perlu diterapkan dan dilaksanakan untuk kepentingan perusahaan; demi tercapainya maksud dan tujuan perusahaan. Prinsip korporasi yang sehat adalah adanya keseimbangan hubungan antara organ perseroan, stakeholders dan stakeholders; pembagian tugas, kewenangan dan tanggung jawab yang jelas di antara organ perseroan sesuai struktur perseroan; mekanisme kerja Rapat Umum Pemegang Saham yang sesuai dengan Undang-undang Perseroan Terbatas dan Anggaran Dasar Perseroan Terbatas; pengurus perseroan yang mengimplementasikan GCG berdasarkan prinsip-prinsip pokok yang terkandung di dalamnya yang merupakan suatu proses berkesinambungan.

Menurut Arafat et al., 2008 manfaat penerapan *good corporate governance* dapat dikelompokkan menjadi

1. Meningkatkan kinerja perusahaan melalui terciptanya proses pengambilan keputusan yang lebih baik, meningkatkan operasional perusahaan serta lebih meningkatkan pelayanan kepada *stakeholder*.
2. Meningkatkan *corporate value*. Tjager (2003) mengungkapkan bahwa *good corporate governance* dapat meningkatkan kinerja keuangan dan mengurangi resiko yang mungkin dilakukan oleh dewan dengan keputusan-keputusan yang menguntungkan diri sendiri.

3. Meningkatkan kepercayaan investor. Survei yang dilakukan oleh Mckinsey&Co mengatakan bahwa *good corporate governance* menjadi perhatian utama para investor menyamai kinerja financial dan potensi pertumbuhan, khususnya bagi pasar-pasar yang sedang berkembang (*emerging market*).
4. Meningkatkan kepuasan pemegang saham. Pemegang saham akan merasa puas dengan kinerja perusahaan karena sekaligus akan meningkatkan *stakeholder's value* dan deviden.

Terdapat enam prinsip *corporate governance* dalam prinsip-prinsip OECD 2004. Prinsip-prinsip ini melandasi beberapa riset tentang pengukuran tingkat penerapan *corporate governance* pada perusahaan. Keenam prinsip tersebut adalah:

1. Menjamin Kerangka Dasar *Corporate Governance* yang Efektif

Prinsip pertama menyatakan bahwa *corporate governance* harus dapat mendorong terciptanya pasar yang transparan dan efisien, sejalan dengan perundangan dan peraturan yang berlaku, dan dapat dengan jelas memisahkan fungsi dan tanggungjawab otoritas-otoritas yang memiliki pengaturan, pengawasan, dan penegakan hukum.

2. Hak-hak Pemegang Saham dan Fungsi-fungsi Penting Kepemilikan Saham

Prinsip *corporate governance* yang kedua dari OECD pada dasarnya mengatur mengenai hak-hak pemegang saham dan fungsi-fungsi kepemilikan saham. Hal ini terutama mengingat investor saham terutama dari suatu

perusahaan publik, memiliki hak-hak khusus seperti saham tersebut dapat dibeli, dijual ataupun ditransfer.

Pemegang saham tersebut juga berhak atas keuntungan perusahaan sebesar porsi kepemilikannya. Selain itu kepemilikan atas suatu saham mempunyai hak atas semua informasi perusahaan dan mempunyai hak untuk mempengaruhi jalannya perusahaan melalui Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

3. Perlakuan yang sama terhadap Pemegang Saham

Pada prinsip ketiga ini ditekankan perlunya persamaan perlakuan kepada seluruh pemegang saham termasuk pemegang saham minoritas dan pemegang saham asing. Prinsip ini menekankan pentingnya kepercayaan investor di pasar modal. Untuk itu industri pasar modal harus dapat melindungi investor dari perlakuan yang tidak benar yang mungkin dilakukan oleh manajer, dewan komisaris, dewan direksi, atau pemegang saham utama perusahaan.

Untuk melindungi investor, perlu suatu informasi yang jelas mengenai hak dari pemegang saham, seperti hak untuk memesan efek terlebih dahulu dan hak pemegang saham utama untuk memutuskan suatu keputusan tertentu dan hak untuk mendapatkan perlindungan hukum jika suatu saat terjadi pelanggaran atas hak pemegang saham tersebut.

4. Peranan *Stakeholder* dalam *Corporate Governance*

Secara umum, prinsip ini menyatakan bahwa kerangka *coporate governance* harus mengakui hak *stakeholder* yang dicakup oleh perundang-undangan atau perjanjian (*mutual agreements*) dan mendukung secara aktif kerjasama antara perusahaan dan *stakeholder* dalam menciptakan kesejahteraan, lapangan pekerjaan, dan pertumbuhan yang berkesinambungan (sustainibilitas) dari kondisi keuangan perusahaan yang dapat diandalkan.

Para pemangku kepentingan (*stakeholder*) seperti investor, karyawan, kreditur dan pemasok memiliki sumberdaya yang dibutuhkan oleh perusahaan. Sumberdaya yang dimiliki oleh *stakeholder* tersebut harus dialokasikan secara efektif untuk meningkatkan efisiensi dapat dilakukan dengan cara memelihara dan mengoptimalkan kerja sama para *stakeholder* dengan perusahaan. Hal tersebut dengan penerapan kerangka *corporate governance* dalam pengelolaan perusahaan yaitu dengan adanya jaminan dari perusahaan tentang perlindungan kepentingan para pemangku kepentingan baik melalui perundang-undangan maupun perjanjian.

5. Keterbukaan dan Transparansi

Pada prinsip kelima ini ditegaskan bahwa kerangka kerja *corporate governance* harus memastikan bahwa keterbukaan informasi yang tepat waktu dan akurat dilakukan atas semua hal yang material berkaitan dengan perusahaan, termasuk di dalamnya keadaan keuangan, kinerja, kepemilikan dan tata kelola perusahaan. Dalam rangka perlindungan kepada pemegang saham, perusahaan berkewajiban untuk melakukan keterbukaan (*disclosure*)

atas informasi atau perkembangan yang material baik secara periodik maupun secara insidental. Pengalaman di banyak negara yang mempunyai pasar modal yang aktif menunjukkan bahwa keterbukaan menjadi alat yang efektif dalam rangka mempengaruhi perilaku perusahaan dan perlindungan investor. Keyakinan yang kuat di pasar modal dengan sendirinya akan menarik investor untuk menanamkan modalnya.

6. Tanggung Jawab Dewan Komisaris dan Direksi

Dalam prinsip ini dinyatakan bahwa kerangka kerja tata kelola perusahaan harus memastikan pedoman strategis perusahaan, monitoring yang efektif terhadap manajemen oleh dewan, serta akuntabilitas dewan terhadap perusahaan dan pemegang saham. Menurut prinsip ini, tanggung jawab dewan yang utama adalah memonitor kinerja manajerial dan mencapai tingkat imbal balik (*return*) yang memadai bagi pemegang saham. Di lain pihak, dewan juga harus mencegah timbulnya benturan kepentingan dan menyeimbangkan berbagai kepentingan di perusahaan. Agar dewan dapat menjalankan tanggung jawab tersebut secara efektif, maka dewan perlu dapat melakukan penilaian yang obyektif dan independen. Selain itu, tanggung jawab lain yang tidak kalah penting yaitu memastikan bahwa perusahaan selalumenatuhi ketentuan peraturan hukum yang berlaku, terutama di bidang perpajakan, persaingan usaha, perburuhan, dan lingkungan hidup.

Dewan perlu memiliki akuntabilitas terhadap perusahaan dan pemegang saham serta bertindak yang terbaik untuk kepentingan mereka. Dewan juga

diharapkan bertindak secara adil kepada pemangku kepentingan (*stakeholder*) lainnya, seperti kepada karyawan, kreditur, pelanggan, pemasok dan masyarakat sekitar perusahaan.

Kualitas penerapan *corporate governance* di perusahaan perlu diuji bukan hanya terhadap adanya pedoman *corporate governance* yang dimiliki perusahaan tetapi juga terhadap efektivitas pelaksanaan pedoman tersebut untuk menciptakan nilai bagi pemegang saham tanpa merugikan kepentingan para pemangku kepentingan lainnya.

Maka dari itu suatu analisis atas kajian mengenai praktik *corporate governance* diperlukan untuk membantu investor dalam memperoleh gambaran yang jelas mengenai *governance* di suatu perusahaan. Sistem pemeringkatan dengan skor atau indeks *corporate governance* dapat memberikan informasi tentang sebaik apa perusahaan-perusahaan menerapkan *corporate governance* karena indkes tersebut dapat merepresentasikan tingkat penerapan CG yang kompeherensif di perusahaan.

Berikut adalah studi yang terkait dengan pengukuran Corporate Governance perusahaan yaitu Corporate Governance Perception Index (CGPI) adalah program riset dan pemeringkatan penerapan good corporate governance (GCG) pada perusahaan-perusahaan di Indonesia melalui perancangan riset yang mendorong perusahaan meningkatkan kualitas penerapan konsep corporate governance (CG) melalui perbaikan yang

berkesinambungan (continuous improvement) dengan melaksanakan evaluasi dan benchmarking.

CGPI diselenggarakan oleh The Indonesian Institute for Corporate Governance (IICG) bekerjasama dengan Majalah SWA sebagai program rutin tahunan yang telah dilaksanakan sejak 2001 sebagai bentuk penghargaan terhadap inisiatif dan hasil upaya perusahaan dalam mewujudkan bisnis yang beretika dan bermartabat. CGPI telah diikuti oleh berbagai perusahaan publik (emiten), Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), lembaga keuangan bank dan non bank, lembaga keuangan syariah dan Badan Usaha Milik Swasta (BUMS).

Kebersertaan CGPI bersifat sukarela dan melibatkan peran aktif perusahaan bersama seluruh stakeholder dalam memenuhi tahapan pelaksanaan program CGPI, dan hal tersebut menunjukkan komitmen bersama dalam memasyarakatkan GCG. Program CGPI mendorong dan menuntut perusahaan peserta untuk melakukan perbaikan atau peningkatan praktik GCG di lingkungannya.

Manfaat dari CGPI yaitu meningkatkan kualitas penerapan prinsip-prinsip GCG oleh perusahaan di Indonesia, IICG melalui program CGPI berupaya membantu perusahaan melakukan tinjauan atas pelaksanaan corporate governance (CG) yang telah dilakukannya dan membandingkan dengan perusahaan lainnya.

Hasil tinauan dan perbandingan ini dapat memberikan manfaat berikut pada perusahaan:

- Pembinaan faktor-faktor internal organisasi yang belum sesuai dan belum mendukung terwujudnya GCG.
- Pemetaan masalah-masalah strategis yang terjadi di perusahaan dalam penerapan GCG, khususnya berkaitan dengan pengelolaan pengetahuan sebagai masukan dalam penyusunan kebijakan yang diperlukan.
- Peningkatan kesadaran bersama di kalangan internal perusahaan dan seluruh stakeholder terhadap urgensi dan manfaat GCG dalam pengelolaan risiko kearah pertumbuhan yang berkelanjutan.
- Peningkatan kepercayaan investor dan publik.
- Penggunaan hasil CGPI sebagai indikator atau standar mutu yang ingin dicapai dalam bentuk pengakuan dari masyarakat terhadap penerapan prinsip-prinsip GCG.
- Perwujudan komitmen dan tanggung jawab bersama serta upaya yang mendorong seluruh anggota perusahaan untuk menerapkan GCG.
- Penataan organisasi perusahaan yang belum sesuai dan belum mendukung terwujudnya GCG.
- Peningkatan kesadaran dan komitmen bersama dari internal perusahaan dan stakeholder terhadap penerapan GCG.

Tahapan Penilaian CGPI dengan Bobot Nilai

- 1) Self-assessment (15%)

Tabel 2.1 *Self-Assessment* CGPI

No	Konstrak	Skor
1	Komitmen terhadap <i>Good Corporate Governance</i>	87,25
2	Tata kelola Dewan Komisaris	87,07
3	Komite-komite fungsional	84,03
4	Dewan Direksi	88,32
5	Transparansi	90,07
6	Hak Pemegang Saham	87,78
7	Hubungan dengan Stakeholder	92,00

- 2) Pada tahap ini perusahaan diminta mengisi kuisisioner self-assessment seputar penerapan konsep corporate governance diperusahaannya.
- 3) Pengumpulan dokumen perusahaan (25%)
- 4) Penyusunan makalah dan presentasi (12%)

Tabel 2.2 Skor Penyusunan Makalah dan Presentasi CGPI

No	Konstrak	Skor
1	Komitmen terhadap <i>Good Corporate Governance</i>	70,06
2	Tata kelola Dewan Komisaris	62,82
3	Komite-komite fungsional	62,82
4	Dewan Direksi	73,52
5	Transparansi	71,60
6	Hak Pemegang Saham	70,10

7	Hubungan dengan Stakeholder	71,86
---	-----------------------------	-------

5) Observasi ke perusahaan (48%)

Hasil program riset dan pemeringkatan CGPI adalah penilaian dan pemeringkatan penerapan GCG pada perusahaan yang menjadi peserta dengan pemberian skor dan pembobotan nilai berdasarkan acuan yang telah dibuat. Pemeringkatan CGPI didesain menjadi 3 kategori berdasarkan tingkat/level yang dapat dijelaskan menurut skor penerapan GCG seperti tertera pada tabel dibawah ini:

Tabel 2.3 Kategori Peringkatn CGPI

Skor	Level Terpercaya
85-100	Sangat Terpercaya
70-84	Terpercaya
55-69	Cukup Terpercaya

Sumber: *Corporate Governance Perception Index (CGPI)*, 2008

Program *Corporate Governance Perception Index* akan memberikan apresiasi dan pengakuan kepada perusahaan-perusahaan yang telah menerapkan *Good Corporate Governance* melalui CGPI Awards dan penobatan sebagai perusahaan Sangat Terpercaya dan Terpercaya.

2.1.6 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat diukur dari aset yang dimiliki perusahaan. Aset adalah sumber ekonomi yang diharapkan memberikan manfaat usaha di kemudian hari. Perusahaan yang besar, umumnya memiliki jumlah aset yang besar pula. Lang dan Lundholm (dalam Benardi dkk, 2009), menyatakan bahwa tingkat keluasan informasi dalam kebijakan pengungkapan perusahaan akan meningkat seiring dengan meningkatnya ukuran perusahaan, hal ini dikarenakan perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki tuntutan publik (*public demand*) akan informasi yang lebih tinggi dibanding dengan perusahaan yang berukuran kecil.

Menurut Ferry dan Jones (dalam Andriyanti, 2007) mengatakan ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan, dan rata-rata total aktiva. Sedangkan ukuran perusahaan dapat juga diartikan sebagai rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun. Dalam hal ini penjualan lebih besar daripada variabel dan biaya tetap, maka akan diperoleh jumlah pendapatan sebelum pajak (Brigham dan Houston, 2001: 117-119). Berbagai penelitian empiris menunjukkan bahwa pengaruh total aktiva hampir selalu konsisten dan secara signifikan. Seperti halnya yang diungkapkan oleh Cooke (dalam Rosmasita, 2007) bahwa perusahaan besar mempunyai biaya informasi yang rendah, perusahaan besar juga mempunyai kompleksitas dan dasar pemilikan yang lebih luas dibanding perusahaan kecil.

Menurut Roberts dan Gray (dalam Christian dan Sakti, 2007) perusahaan besar mempunyai kemampuan untuk merekrut karyawan yang ahli, serta adanya tuntutan dari pemegang saham dan para analis, sehingga perusahaan besar memiliki insentif untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas dari perusahaan kecil. Selain itu, perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan.

2.1.7 Laporan Keberlanjutan (*Sustainability Reporting*)

Laporan keberlanjutan (*sustainability report*) merupakan laporan yang diungkapkan sebagai pelengkap laporan keuangan (*financial statement*), jadi laporan ini terpisah dari laporan keuangan perusahaan. *Sustainability report* mengungkapkan tiga kinerja yang terkait dengan kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan. Menurut GRI (2006), mendefinisikan *sustainability report* sebagai praktik dalam mengukur dan mengungkapkan aktivitas perusahaan, sebagai tanggung jawab kepada *stakeholder* internal dan eksternal mengenai kinerja organisasi dalam mewujudkan tujuan pembangunan berkelanjutan.

Laporan keberlanjutan (*sustainability report*) berbeda dengan laporan keuangan. Selain sebagai pendukung pembangunan berkelanjutan, laporan ini diungkapkan sebagai bentuk komitmen perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan di sekitar perusahaan berada. *Sustainability report* menjadi media informasi bagi para *stakeholder* internal maupun eksternal untuk menilai apakah manajemen suatu perusahaan sudah menjelaskan apa yang sudah menjadi tanggung jawabnya. Jadi, adanya *sustainability report* sebagai pelengkap laporan

keuangan perusahaan sangatlah penting bagi para *stakeholder* maupun perusahaan itu sendiri.

Beberapa manfaat telah dirasakan oleh perusahaan yang sudah mengungkapkan laporan keberlanjutan (*sustainability report*). Menurut *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) (dikutip dari Suryono dan Prastiwi, 2011), laporan keberlanjutan (*sustainability report*) memberikan manfaat sebagai berikut:

1. *Sustainability report* memberikan informasi kepada *stakeholder* (pemegang saham, anggota komunitas lokal, pemerintah) dan meningkatkan prospek perusahaan, serta membantu mewujudkan transparansi.
2. *Sustainability report* dapat membantu membangun reputasi sebagai alat yang memberikan kontribusi untuk meningkatkan *brand value*, *market share* dan loyalitas konsumen jangka panjang.
3. *Sustainability report* dapat menjadi cerminan bagaimana perusahaan mengelola resikonya.
4. *Sustainability report* dapat digunakan sebagai stimulasi *leadership thinking* dan *performance* yang didukung dengan semangat kompetisi.
5. *Sustainability report* dapat mengembangkan dan memfasilitasi pengimplementasian dari sistem manajemen yang lebih baik dalam mengelola dampak lingkungan, ekonomi dan sosial.

6. *Sustainability report* cenderung mencerminkan secara langsung kemampuan dan kesiapan perusahaan untuk memenuhi keinginan pemegang saham dalam jangka panjang.

7. *Sustainability report* membantu membangun ketertarikan para pemegang saham dengan visi jangka panjang dan membantu mendemonstrasikan bagaimana meningkatkan nilai perusahaan yang terkait dengan isu sosial dan lingkungan.

Sebagian besar bentuk pengungkapan *sustainability report* perusahaan diungkapkan melalui website perusahaan, dengan media ini siapa saja dapat mengakses sehingga mereka mengetahui bagaimana bentuk tanggung jawab yang telah dilakukan perusahaan.

2.1.7.1 Pengungkapan (*Disclosure*)

Pengungkapan (*disclosure*) merupakan upaya transparansi perusahaan/entitas dalam menyajikan informasi (baik itu keuangan ataupun non keuangan) kepada para *user*. *User* dalam hal ini adalah para pengguna dari informasi tersebut dalam pengambilan keputusan. Untuk entitas swasta (*private*) tentu saja yang menjadi *user* adalah para kreditor, investor, manajer, karyawan, dan bahkan pemerintah. Sedangkan *user* untuk *public entity* yang saat ini juga sudah merupakan upaya transparansi sebagai bentuk akuntabilitas dari laporan keuangannya adalah pemerintah bersangkutan, masyarakat, dan investor. Dan *concern* di tulisan ini pengungkapan laporan keuangan untuk entitas swasta.

Pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan dikelompokkan dalam dua bagian yaitu pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*).

a. Pengungkapan Wajib (*Mandatory Disclosure*)

Menurut peraturan pemerintah yang dikeluarkan melalui keputusan ketua BAPEPAM No. SE-02/PM/2002 tentang pedoman penyajian dan pengungkapan laporan keuangan emiten atau perusahaan publik, pengungkapan wajib merupakan pengungkapan minimum yang disyaratkan oleh standar akuntansi yang berlaku. Peraturan tentang standar pengungkapan informasi bagi perusahaan yang telah melakukan penawaran umum dan perusahaan publik yaitu, Peraturan No. VII.G.7 tentang Pedoman Penyajian Laporan Keuangan dan Peraturan No. VII.G.2 BAPEPAM No. Kep-17/PM/1995, yang selanjutnya diubah melalui Keputusan Ketua Bapepam No. Kep-38/PM/1996 yang berlaku bagi semua perusahaan yang telah melakukan penawaran umum dan perusahaan publik. Peraturan tersebut diperbaharui dengan Surat Edara Ketua BAPEPAM No. SE-02/PM/2002 yang mengatur tentang penyajian dan pengungkapan laporan keuangan emiten atau perusahaan publik untuk setiap jenis industri.

b. Pengungkapan Sukarela (*Voluntary Disclosure*)

Menurut Zubaudah dan Zulfikar (2005), pengungkapan sukarela yaitu pengungkapan butir-butir yang dilakukan secara sukarela oleh perusahaan tanpa diharuskan oleh peraturan yang berlaku. Pengungkapan sukarela merupakan pilihan bebas manajemen perusahaan untuk memberikan informasi akuntansi dan informasi lainnya yang dipandang relevan untuk keputusan oleh para pemakai

laporan keuangan tersebut. Menurut peraturan mengenai laporan keuangan yang ada di Indonesia, hal ini dimungkinkan untuk dilakukan. Jika dimasukkan dalam jenis kelompok pengungkapan, sustainability reporting masuk dalam kelompok pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) (Sri, 2013). Pengungkapan sukarela merupakan pilihan bebas manajemen perusahaan untuk memberikan informasi akuntansi dan informasi lainnya yang dipandang relevan untuk keputusan oleh para pemakai laporan keuangan tersebut. Menurut peraturan mengenai laporan keuangan yang ada di Indonesia, hal ini dimungkinkan untuk dilakukan.

2.1.8 Nilai Perusahaan

Meningkatkan nilai perusahaan merupakan tujuan jangka panjang perusahaan. Jensen (2001) menyatakan bahwa untuk memaksimalkan nilai perusahaan dalam jangka panjang, manajer dituntut untuk membuat keputusan yang mempertimbangkan semua stakeholder, di mana manajer akan dinilai kinerjanya berdasarkan keberhasilannya mencapai tujuan. Bringham Gapensi (1996) menyatakan bahwa nilai perusahaan adalah sangat penting karena nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, karena dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham yang tinggi pula.

Tujuan utama perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham

(Wahidawati, 2002 dalam Permanasari, 2010). Nilai perusahaan pada dasarnya diukur dari beberapa aspek salah satunya adalah harga pasar saham perusahaan, karena harga pasar saham perusahaan mencerminkan penilaian investor atas keseluruhan ekuitas yang dimiliki (Wahyudi dan Pawestri, 2006 dalam Permanasari, 2010). Rika dan Ishlahuddin (2008) mendefinisikan nilai perusahaan sebagai nilai pasar. Alasannya karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran atau keuntungan bagi pemegang saham secara maksimum jika harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi keuntungan pemegang saham sehingga keadaan ini akan diminati oleh investor karena dengan permintaan saham yang meningkatkan menyebabkan nilai perusahaan juga akan meningkat. Nilai perusahaan dapat dicapai dengan maksimum jika para pemegang saham menyerahkan urusan pengelolaan perusahaan kepada orang-orang yang berkompeten dalam bidangnya, seperti manajer maupun komisaris.

Rasio-rasio keuangan digunakan investor untuk mengetahui nilai pasar perusahaan. Rasio tersebut dapat memberikan indikasi bagi manajemen mengenai penilaian investor terhadap kinerja perusahaan dimasa lampau dan prospeknya dimasa depan. Ada beberapa rasio untuk mengukur nilai pasar perusahaan, salah satunya Tobin's Q. Rasio ini dinilai bisa memberikan informasi paling baik, karena rasio ini bisa menjelaskan berbagai fenomena dalam kegiatan perusahaan, seperti misalnya terjadinya perbedaan cross-sectional dalam pengambilan keputusan investasi dan diversifikasi (Claessens dan Fan, 2003 dalam Sukamulja, 2004); hubungan antara kepemilikan saham manajemen dan nilai perusahaan

(Onwioduokit, 2002 dalam Sukamulja, 2004); hubungan antara kinerja manajemen dengan keuntungan dalam akuisisi (Gompers, 2003 dalam Sukamulja, 2004) dan kebijakan pendanaan, dividen, dan kompensasi (Imala, 2002 dalam Sukamulja, 2004).

2.2 Pengaruh Variabel Independent Terhadap Variabel Dependent

2.2.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap pengungkapan *Sustainability Report*

CSR merupakan praktek bisnis transparan, yang didasarkan pada nilai-nilai etika, dengan memberikan perhatian pada karyawan, masyarakat dan lingkungan, serta dirancang untuk dapat melestarikan masyarakat secara umum dan juga para pemegang saham (CSRwire, 2005).

Corporate Social Responsibility (CSR) akan secara proaktif menaikkan ketertarikan publik dengan mendorong pertumbuhan dan perkembangan komunitas. Pada dasarnya, CSR merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan dalam upaya untuk menaikkan ketrtarikan public dengan memperhatikan tiga garis besar (*triple bottom line*): *People, Planet, Profit*.

Laporan keberlanjutan (*sustainability report*) merupakan laporan yang diungkapkan sebagai pelengkap laporan keuangan (*financial statement*), jadi laporan ini terpisah dari laporan keuangan perusahaan. *Sustainability report* mengungkapkan tiga kinerja yang terkait dengan kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan. Menurut GRI (2006), mendefinisikan *sustainability report* sebagai praktik dalam mengukur dan mengungkapkan aktivitas perusahaan, sebagai

tanggung jawab kepada *stakeholder* internal dan eksternal mengenai kinerja organisasi dalam mewujudkan tujuan pembangunan berkelanjutan.

2.2.2 Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap pengungkapan *Sustainability Report*

Di Indonesia istilah *Good Corporate Governance* seringkali diterjemahkan sebagai tata kelola perusahaan. Sedangkan pengertian *Good Corporate Governance* itu sendiri telah dikemukakan oleh banyak institusi dan para pakar. Berikut ini disajikan beberapa defeni *Good Corporate Governance* yang banyak digunakan sebagai acuan dalam diskusi dan tulisan-tulisan. Usaha untuk melembagakan *Good Corporate Governance* untuk kali pertama dilakukan oleh Bank of England dan London Stock Exchange pada tahun 1992 dengan membentuk Cadbury Committee. Komite ini bertugas menyusun *Good Corporate Governance Code* yang menjadi acuan utama (*Benchmark*) di banyak Negara (Barnhart dan Stuart, 1998).

Menurut komite ini *Good Corporate Governance* merupakan sistem yang mengarahkan dan mngendalikan perusahaan dengan tujuan, agar tercapai keseimbangan antara kekuatan kewenangan yang diperlukan oleh perusahaan, untuk menjamin kelangsungan eksistensinya dan pertanggung jawaban kepada *stakeholders* (Van Horne, 1998). Hal ini berkaitan dengan peraturan kewenangan pemilik, direktur, manajer, pemegang saham, dan sebagainya.

Laporan keberlanjutan (*sustainability report*) merupakan laporan yang diungkapkan sebagai pelengkap laporan keuangan (*financial statement*), jadi laporan ini terpisah dari laporan keuangan perusahaan. *Sustainability report*

mengungkapkan tiga kinerja yang terkait dengan kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan. Menurut GRI (2006), mendefinisikan *sustainability report* sebagai praktik dalam mengukur dan mengungkapkan aktivitas perusahaan, sebagai tanggung jawab kepada *stakeholder* internal dan eksternal mengenai kinerja organisasi dalam mewujudkan tujuan pembangunan berkelanjutan.

2.2.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan *Sustainability Report*

Ukuran perusahaan dapat diukur dari aset yang dimiliki perusahaan. Aset adalah sumber ekonomi yang diharapkan memberikan manfaat usaha di kemudian hari. Perusahaan yang besar, umumnya memiliki jumlah aset yang besar pula. Lang dan Lundholm (dalam Benardi dkk, 2009), menyatakan bahwa tingkat keluasan informasi dalam kebijakan pengungkapan perusahaan akan meningkat seiring dengan meningkatnya ukuran perusahaan, hal ini dikarenakan perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki tuntutan publik (*public demand*) akan informasi yang lebih tinggi dibanding dengan perusahaan yang berukuran kecil.

Menurut Ferry dan Jones (dalam Andriyanti, 2007) mengatakan ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan, dan rata-rata total aktiva. Sedangkan ukuran perusahaan dapat juga diartikan sebagai rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun. Dalam hal ini penjualan lebih besar daripada variabel dan biaya tetap, maka akan diperoleh jumlah pendapatan sebelum pajak (Brigham dan Houston, 2001: 117-

119). Berbagai penelitian empiris menunjukkan bahwa pengaruh total aktiva hampir selalu konsisten dan secara signifikan. Seperti halnya yang diungkapkan oleh Cooke (dalam Rosmasita, 2007) bahwa perusahaan besar mempunyai biaya informasi yang rendah, perusahaan besar juga mempunyai kompleksitas dan dasar pemilikan yang lebih luas dibanding perusahaan kecil.

Laporan keberlanjutan (*sustainability report*) merupakan laporan yang diungkapkan sebagai pelengkap laporan keuangan (*financial statement*), jadi laporan ini terpisah dari laporan keuangan perusahaan. *Sustainability report* mengungkapkan tiga kinerja yang terkait dengan kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan. Menurut GRI (2006), mendefinisikan *sustainability report* sebagai praktik dalam mengukur dan mengungkapkan aktivitas perusahaan, sebagai tanggung jawab kepada *stakeholder* internal dan eksternal mengenai kinerja organisasi dalam mewujudkan tujuan pembangunan berkelanjutan.