Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan teori

2.1.1 Teori *Stakeholder*

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*nya. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007). Pendekatan *stakeholder* muncul pada pertengahan tahun 1980-an. Latar belakang pendekatan *stakeholder* adalah keinginan untuk membangun suatu kerangka kerja yang responsif terhadap masalah yang dihadapi para manajer saat itu yaitu perubahan lingkungan (Freeman dan McVea 2001 dalam Fahrizqi 2010).

Stakeholder pada dasarnya dapat mengendalikan atau memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang digunakan perusahaan. Oleh karena itu *power stakeholder* ditentukan oleh besar kecilnya *power* yang dimiliki *stakeholder* atas sumber tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007). *Power* tersebut dapat berupa kemampuan untuk membatasi pemakaian sumber ekonomi yang terbatas (modal dan tenaga kerja), akses terhadap media yang berpengaruh, kemampuan untuk mengatur perusahaan, atau kemampuan untuk mempengaruhi konsumsi atas barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan (Deegan, 2000 dalam

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Ghozali dan Chariri, 2007). Oleh karena itu, "ketika *stakeholder* mengendalikan sumber ekonomi yang penting bagi perusahaan, maka perusahaan akan bereaksi dengan cara yang memuaskan keinginan *stakeholder*" (Ullman 1982, dalam Ghozali dan Chariri, 2007).

Tujuan dari manajemen *stakeholder* adalah untuk merancang metode untuk mengelola berbagai kelompok dan hubungan yang dihasilkan dengan cara yang strategis (Freeman dan McVea, 2001). Salah satu strategi untuk menjaga hubungan dengan para stakeholder perusahaan adalah dengan melaksanakan CSR, dengan pelaksanaan CSR diharapkan keinginan dari stakeholder dapat terakomodasi sehingga akan menghasilkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan *stakeholder* nya. Hubungan yang harmonis akan berakibat pada perusahaan dapat mencapai keberlanjutan atau kelestarian perusahaannya (sustainability).

2.1.2 Teori Agensi (Agency Theory)

Teori agensi merupakan teori yang mengungkapkan hubungan antara pemilik (principal) dengan manajemen (agent). Teori agensi menjelaskan bahwa hubungan agensi muncul ketika satu orang atau lebih (principal) mempekerjakan orang lain (agent) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada agen tersebut (Jensen dan Meckling, 1976 dalam Devita 2015). Dalam hal ini, pihak yang disebut principal adalah pemegang saham atau

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

investor sebagai pemilik perusahaan dan yang dimaksud agen adalah manajemen yang mengelola perusahaan.

Inti dari teori agensi adalah pemisahan fungsi antara kepemilikan perusahaan oleh investor dan pengendalian perusahaan oleh manajemen. Sebagai pemilik perusahaan, pemegang saham ingin mengetahui semua informasi di perusahaan termasuk aktivitas manajemen yang dapat memberikan nilai positif. Salah satu tindakan manajemen yang dapat memberikan nilai positif yaitu dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, ekonomi, dan lingkungan pada masyarakat sekitar. Asumsi bahwa manajemen yang terlibat dalam perusahaan akan selalu memaksimumkan nilai perusahaan ternyata tidak selalu terpenuhi.

Manajemen cenderung memiliki kepentingan pribadi yang bertentangan dengan pemilik perusahaan yang kemudian menimbulkan masalah agensi. Posisi agen sebagai pemegang kunci informasi dan *principal* sebagai penerima informasi dari agen dapat memicu munculnya suatu kondisi yang disebut sebagai asimetri informasi, yaitu suatu kondisi dimana informasi yang diperoleh oleh pihak manajemen sebagai penyedia informasi dengan pihak principal secara umum tidak seimbang.

2.1.3 Corporate Social Responsibility (CSR)

Ide tanggung jawab sosial pada dasarnya adalah bagaimana perusahaan memberi perhatian kepada lingkungannya, terhadap dampak yang terjadi akibat kegiatan operasional perusahaan. Lebih lanjut lagi menurut Moir (2001) dalam fahrizqi (2010) menyatakan "selain menghasilkan keuntungan,

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perusahan harus membantumemecahkan masalah-masalah sosial terkait atau tidak perusahaan ikut menciptakan masalah tersebut bahkan jika disana tidak mungkin ada potensi keuntungan jangka pendek atau jangka panjang.

Menurut *Trinad and Tobaco Burau of Standards*(TTBS), *Corporate Social Responsibility* diartikan sebagai komitmen usaha untuk bertindak etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas (Budimanta, Prasetijo & Rudito, 2004, p.72).

World *Business Council for Sustainable Development* mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* sebagai komitmen berkelanjutan kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberikan sumbangan pada pembangunan ekonomi sekaligus memperbaiki mutu hidup angkatan kerja dan keluarganya serta komunitas lokal dan masyarakat secara keseluruhan (Iriantara, 2004, p.49). *CSR* berbicara hubungan antara perusahaan dan *Stakeholders* yang didalamnya terdapat nilai-nilai pemenuhan ketentuan hokum, maupun penghargaan terhadap masyarakat dan lingkungan, serta komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pembangunan berkelanjutan (Mardikanto, 2014, p.92).

CSR Forum mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* sebagai bisnis yang dilakukan secara transparan dan terbuka serta berdasarkan pada nilai-nilai moral dan menjunjung tinggi rasa hormat kepada karyawan, komunitas dan lingkungn (Wibisono, 2007, p.8).

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kesimpulan yang dapat diambil dari *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen perusahaan untuk memberikan kontribusi jangka panjang terhadap satu issue tertentu di masyarakat atau lingkungan untuk dapat menciptakan lingkungan yang lebih baik. Kontribusi dari perusahaan ini bisa berupa banyak hal, misalnya: bantuan dana, bantuan tenaga ahli dari perusahaan, bantuan berupa barang, dll. Di sini perlu dibedakan antara program *Corporate Social Responsibility* dengan kegiatan *charity*. Kegiatan *charity* hanya berlangsung sekali atau sementara waktu dan biasanya justru menimbulkan ketergntungan publik terhadap perusahaan. Sementara, program *Corporate Social Responsibility* merupakan program yang berkelanjutan dan bertujun untuk menciptakan kemandirian publik.

CSR di Indonesia diatur dalam Undang undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pasal 74 ayat 1 Undang-undang tersebut menyebutkan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dalam Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, pasal 15 (b) menyatakan bahwa "setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Resturiyani (2012) menyatakan bahwa CSR merupakan suatu konsep terintegrasi yang menggabungkan aspek bisnis dan lingkungan sosial dengan selaras agar perusahaan dapat membantu tercapainya kesejahteraan *stakeholders,* serta dapat mencapai profit maksimum sehingga dapat meningkatkan harga saham.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lingkungan sosial perusahaan dapat diartikan: dalam pengertian luas, lingkungan sosial perusahaan meliputi seluruh kegiatan yang berhubungan dengan masyarakat, karyawan, lingkungan hidup, pemerintah dan konsumen. Dalam pengertian sempit, lingkungan sosial lebih condong ke pengertian karyawan perusahaan, sehingga tanggung jawab sosial perusahaan lebih terfokus pada kesejahteraan karyawannya.

Konsep *Corporate Social Responsibility* akan diukur dengan menggunakan lima pilar aktivitas *Corporate Social Responsibility* dari *Prince of Wales International Bussiness Forum,* yaitu (Wibisono,2007,p.119):

a. *Building Human Capital*

   Secara internal, perusahaan dituntut untuk menciptakan SDM yang andal. Secara eksternal, perusahaan dituntut untuk melakukan pemberdayaan masyarakat, biasanya melalui *community development.*

b. *Strengthening Economies*

   Perusahaan dituntut untuk tidak menjadi kaya sendiri sementara komunitas di lingkungannya miskin, mereka harus memberdayakan ekonomi sekitar.

c. *Assessing Social Chesion*

   Perusahaan dituntut untuk menjaga keharmonisan dengan masyarakat sekitarnya agar tidak menimbulkan konflik.

d. *Encouraging Good Governance*

   Dalam menjalankan bisnisnya, perusahaan harus menjalankan tata kelola bisnis dengan baik.

e. *Protecting The Environment*

   Perusahaan berupaya keras menjaga kelestarian lingkungan.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

Kotler dan Lee (2006) didalam Solihin (2009) menyebutkan enam kategori program CSR. Pemilihan program alternative CSR yang akan dilaksanakan oleh perusahaan sangat bergantung kepada tujuan pelaksanaan CSR yang ingin dicapai perusahaan. Keenam jenis program CSR tersebut adalah sebagai berikut:

a. *Cause Promotion*

Dalam program ini, perusahaan menyediakan dana atau sumber daya lainnya yang dimiliki perusahaan untuk meningkatkan kesadaran masayarakat terhadap suatu masalah social atau untuk mendukung pengumpulan dana, partisipasi dari masyarakat, atau perekrutan tenaga sukarela untuk suatu kegiatan tetentu.

Komunikasi persuasif dengan tujuan menciptkn kesadaran(*awareness)* serta perhatian terhadap suatu masalah social, merupakn focus utama dari kategori aktivitas CSR ini. Salah satu tuuan persuasive yang ingin dicapai perusahaan melalui pelaksanaan *cause promotions* adalah menciptakan kesadaran dan perhatian dari masyarakat terhadap suatu masalah dengan menyajikan angka-angka statistic serta fakta-fakta yang menggugah.

b. Cause-Related Marketing

Dalam program ini, perusahaan memiliki komitmen untuk menyumbangkan persentase tertentu dari penghasilannya untuk suatu kegiatan social berdasarkan besarnya penjualan produk. Kegiatan ini biasanya didasarkan kepada penjualan produk tertentu, untuk jangka waktu tertentu, serta untuk aktivitas derma tertentu. aktivitas *Cause-Related*

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

Marketing (CRM) yang biasanya dilakukan oleh perusahaan-perusahaan misalnya menyumbangkan sejumlah uang tertentu untuk setiap produk yang terjual.

c. *Corporate Social Marketing*

Dalam program ini, perusahaan mengembangkan dan melaksanakan kampanye untuk mengubah perilaku masyarakat dengan tujuan meningkatkan kesehatan dan keselamatan public, menjaga kelestarian lingkungan hidup, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kampanye *Corporate Social Marketing* (CSM) lebih banyak terfokus untuk mendorong perubahan perilaku yang berkaitan dengan beberapa isu-isu kesehatan, perlindungan terhadap kecelakaan/kerugian, lingkungan, serta keterlibatan masyarakat.

d. *Corporate Philanthrophy*

Dalam program ini, perusahaan memberikan sumbangan langsung dalam bentuk derma untuk kalangan masyarakat tertentu. Sumbangan tersebut biasanya berbentuk pemberian uang secara tunai, paket bantuan, atau pelayanan secara cuma-cuma. *Corporate Philanthropy* biasanya berkaitan dengan kegiatan social yang menjadi prioritas perhatian perusahaan.

e. *Corporate Volunteering*

Dalam program ini, perusahaan mendukung serta mendorong para karyawan, para pemegang *franchise* atau rekan pedagang eceran untuk

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

menyisihkan waktu mereka secara sukarelaguna membantu organisasi masyarakat lokal maupun masyarakat yang menjadi sasaran program.

f. Socially Responsible Business Practice (Community Development).

Dalam program ini, perusahaan melaksanakan aktivitas bisnis melampui aktivitas bisnis yang diwajibkan oleh hukum serta melaksanakan investasi yang mendukung kegiatan sosia dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan komunitas dan memelihara lingkungan hidup. Komunitas dalam hal ini mencakup karyawan perusahaan, pemasok, distributor, serta organisasi-organisasi nirlaba yang menjadi mitra perusahaan serta masyarakat secara umum. Sedangkan yang dimaksud kesejahteraan mencakup didalmnya aspek-aspek kesehatan, keselamatan, serta kebutuhan pemenuhan kebutuhan psikologis dan emosional.

Wibisono (2007) dalam bukunya, "Membedah Konsep dan aplikasi CSR", menguraikan 10 keuntungan yang dapat diperoleh oleh perusahaan jika melakukan program *Corporate Social Responsibility,* yaitu:

1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan image perusahaan. Perbuatan destruktif pasti akan menurunkan reputasi perusahaan, sebaliknya kontribusi positif pasti akan mendongkrak image dan reputasi positif perusahaan. Image/citra yang positif ini penting untuk menunjang keberhasilan perusahaan. Ketika mereka mendapatkan keuntungan dari perusahaan, maka dengan sendirinya mereka akan merasa memiliki perusahaan. Sehingga imbalan yang diberikan kepada

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

perusahaan adalah keleluasaan untuk menjalankan roda bisnisnya di kawasan tersebut.

2. Mereduksi resiko binis perusahaan mengelola resiko ditengah kompleksnya permasalahan perusahaan merupakan hal yang esensial untuk suksesnya usaha.
3. Dishamoni dengan *stakeholders* akan menggangu kelancaran bisnis perusahaan. Bila sudah terjadi permasalahan, maka biaya untuk *recovery* akan jauh lebih berlipat bila dibandingkan dengan anggaran untuk melakukan program *Corporate Social Responsibility.* Oleh karena itu, pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* sebagai langkah preventif untuk mencegah memburuknya hubungan dengan stakeholders perlu mendapat perhatian.
4. Melebarkan akses sumber daya *track records* yang baik dalam pengelolaan *Corporate Social Responsibility* merupakan keunggulan bersaing bagi perusahaan yang dapat membantu memuluskan jalan menuju sumber daya yang diperlukan perusahaan.
5. Membentangkan akses menuju market investasi yang ditanamkan untuk program *Corporate Social Responsibility* ini dapat menjadi tiket bagi perusahaan menuju peluang yang lebih besar. Termasuk di dalamnya memupuk loyalitas konsumen dan menembus pangsa pasar baru.
6. Mereduksi biaya. Banyak contoh penghematan biaya yang dapat dilakukan dengan melakukan *Corporate Social Responsibility* .

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Misalnya: dengan mendaur ulang limbah pabrik kedalam proses produksi. Selain dapat menghemat biaya produksi, juga membantu agar limbah buangan ini menjadi lebih aman bagi lingkungan.

7. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*. Implementasi *Corporate Social Responsibility* akan membantu menambah frekuensi komunikasi dengan *stakeholders*, dimana komunikasi ini akan semakin menambah trust stakeholders kepada perusahaan.
8. Memperbaiki hubungan dengan regulator perusahaan yang melaksanakan *Corporate Social Responsibility* umumnya akan meringankan beban pemerintah sebagai regulator yang sebenarnya bertanggung jawab terhadap kesejahteraan lingkungan dan masyarakat.
9. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan image perusahaan yang baik dimata *stakeholders* dan kontribusi positif yang diberikan perusahaan kepada masyarakat serta lingkungan, akan menimbulkan kebanggan tersendiri bagi karyawan yang bekerja dalam perusahaan mereka sehingga meningkatkan motivasi kerja mereka.
10. Peluang mendapatkan penghargaan. Banyaknya penghargaan atau *reward* yang diberikan kepada pelaku *Corporate Social Responsibility* sekarang akan menambahkan bagi perusahaan untuk mendapatkan award.

Para pendukung konsep CSR juga berargumentasi bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab yang lebih luas dari sekadar mencari untung dan taat hukum terhadap para pemegang sahamnya. Tanggung

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

jawab perusahaan itu mencakup isu-isu seperti lingkungan kerja, hubungan dengan masyarakat sekitar, dan perlindungan terhadap lingkungan. Konsep yang menjelaskan CSR sebagai Kewajiban Asasi Korporasi (KAK) adalah teori akuntantabilitas (corporate accountability). Dalam perspektif konsep ini, korporasi dituntut bertanggung jawab atas semua konsekuensi yang ditimbulkannya baik sengaja maupun tidak sengaa bagi para stakeholder (Dellaportas et al, 2005 dalam Putri, 2015).

Secara khusus, teori akuntanbilitas menyatakan bahwa CSR tidak hanya sekedar aktivitas kedermawanan (*charity*) atau aktivitas saling mengasihi (*stewardship*) yang bersifat sukarela kepada sesame manusia seperti dipahami para pelaku bisnis selama ini. Tapi, CSR harus dipahami sebagai Kewajiban Asasi Korporasi (KAK) yang melekat dan yang dapat menggerakkan kehidupan suatu bisnis. Alasannya, CSR merupakan konsekuensi logis dari adanya hak yang diberikan Negara (dan juga masyarakat) kepada suatu korporasi untuk bisa hidup dan berkembang secara berkesinambungan dalam suatu area lingkungan bisnis.

Secara prinsip, informasi tentang aktivitas dan kinerja sosial dan lingkungan perusahaan (CSR) memang harus disajikan dalam laporan keuangan. Alasannya, laporan keuangan merupakan "media" komunikasi informasi tentang posisi keuangan dan kinerja aktivitas pendapatan, pembiayaan dan laba-rugi perusahaan pada suatu periode kepada para *stakeholders*. Dari media laporan keuangan, para *stakeholders* (investor, kreditur, pemasok, pelanggan, pemerintah, dan masyarakat) bisa menilai

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

kekuatan, ketergantungan, resiko, prospek dan keberlanjutan suatu perusahaan sebelum mengabil suatu keputusan. Karena itu, sebagai media komunikasi, laporan keuangan memang harus menyertakan informasi investasi, pembiayaan, aktivitas dan kinerja CSR agar para *stakeholders* bisa mengetahui informasi perusahaan secara utuh sebelum mengambil suatu keputusan ekonomi

2.1.4 *Pengungkapan* Tanggung Jawab Sosial (*Corporate Social Responsibility Disclousure*)

Ada berbagai cara untuk meraih kepercayaan dari *stakeholders* dan mendapatkan nilai lebih bagi perusahaan, salah satunya dengan meningkatkan kredibilitas perusahaan melalui pengungkapan sukarela secara lebih luas untuk membantu investor dalam memahami strategi bisnis manajemen (Karima,2013 dalam Putri, 2015).

Rakhiemah dan Agustia (2009) menyatakan bahwa CSR *Disclosure* merupakan suatu proses penyedia informasi yang dirancang untuk mengemukakan maslah seputar *social accountability,* yang mana secara khas tindakan ini dapat dipertanggung jawabkan dalam media-media seperti laporan tahunan maupun dalam bentuk iklan yang berorientasi sosial. Pengungkapan CSR merupakan pengungkapan suatu informasi mengenai aktivitas sosial yang dilakukan perusahaan yang diharapkan dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap perusahaan dan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan.

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Chariri dan Ghozali (2007) pengungkapan dapat diartikan sebagai pemberian informasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan terhadap informasi tersebut. Tujuan pengungkapan dikategorikan menurut *Securities Exchange Commission* (SEC) menjadi dua, yaitu 1) *protective disclosure* yang sebagai upaya perlindungan terhadap investor, dan 2) *informative disclosure* yang bertujuan memberikan informasi yang layak kepada pengguna laporan (Utomo,2000). Selain itu tujuan pengungkapan berkaitan dengan akuntansi pertanggung jawaban sosial adalah menyediakan informasi yang memungkinkan dilakukan evaluasi pengaruh perusahaan terhadap masyarakat. Pengaruh kegiatan ini bersifat negatif, yang menimbulkan manfaat sosial pada masyarakat, atau positif yang berarti menimbulkan manfaat sosial bagi masyarakat (Sitepu,2011).

Ada 2 jenis pengungkapan dalam pelaporan keuangan yang telah ditetapkan oleh Bapepam No.Kep.38/PM/1996. Yang pertama adalah pengungkapan wajib (*mandotary disclosure*), yaitu informasi yang harus diungkapkan oleh emiten yang diatur oleh peraturan pasar modal di suatu negara. Sedangkan yang kedua adalah pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*), yaitu pengungkapan dilakukan secara sukarela oleh perusahaan tanpa diharuskan oleh standar yang ada. Pengungkapan sosial yang diungkapkan perusahaan merupakan informasi yang sifatnya sukarela. Pengungkapan sosial di Indonesia termasuk kedalam category *voluntary disclosure.* Oleh karena itu perusahaan memiliki kebebasan untuk mengungkapkan informasi yang tidak diharuskan oleh badan penyelenggara

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pasar modal. Keragaman dalam pengungkapan disebabkan oleh entitas yang dikelola oleh manajer yang memiliki filosofi manajerial yang berbeda dan keluasan dalam kaitannya dengan pengungkapan informasi kepada masyarakat.

Anggraini (2006), mengidentifikasi beberapa hal yang berkaitan dengan pelaporan CSR perusahaan, yaitu sebagai berikut:

a. Lingkungan, meliputi pengendalian terhadap polusi, pencegahan atau perbaikan terhadap kerusakan lingkungan, konservasi alam, dan pengungkapan lain yang berkaitan dengan lingkungan.
b. Energy, meliputi konservasi energy, dan efisiensi energy.
c. Praktik bisnis yang wajar, meliputi pemberdayaan terhadap minoritas dan perempuan, dukungan terhadap usaha minoritas dan tanggung jawab sosial.
d. Sumber daya manusia, meliputi aktivitas didalam suatu komunitas dalam kaitan dengan pelayanan kesehatan, pendidikan dan seni.
e. Produk, meliputi keamanan serta pengurangan polusi.

2.1.5 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (*Corporate Social Responsibility Disclousure*) dalam Perspektif Islam

Dalam pandangan islam tanggung jawab sosial individu sangat penting karena setiap individu bertanggung jawab terhadap semua yang dilakukannya dan tidak ada seorang punyang memiliki imunitas untuk menghadapi konsekuensi terhadap apa yang dilakukan. Setiap manusia akan dimintai

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pertanggung jawaban setiap perbuatan yang akan dilakukan baik di dunia maupun akhirat. Sesuai dengan Firman Allah SWT QS. Al-Isra' : 36, yaitu:

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِۦ عِلْمٌ ۚ إِنَّ ٱلسَّمْعَ وَٱلْبَصَرَ وَٱلْفُؤَادَ كُلُّ أُو۟لَٰٓئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْـُٔولًا ﴿٣٦﴾

Artinya: "*Dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati, semuanya itu akan diminta pertanggungan jawabnya.(QS. Al-Isra':36)".*

Setiap manusia juga dilarang untuk berbuat kerusakan di muka bumi ini. Sehingga kehidupan manusia di dunia ini dapat hidup dengan tentram dan sejahtera. Manusia juga dilarang untuk merugikan orang lain dan dituntut untuk memberikan hak-hak orang lain. Sesuai dengan Firman Allah SWT QS. Asy-Syu'ra : 182-183, yaitu :

وَزِنُوا۟ بِٱلْقِسْطَاسِ ٱلْمُسْتَقِيمِ ﴿١٨٢﴾ وَلَا تَبْخَسُوا۟ ٱلنَّاسَ أَشْيَآءَهُمْ وَلَا تَعْثَوْا۟ فِى ٱلْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿١٨٣﴾

Artinya: *"Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan (QS. Asy-Syu'ra: 182-183)".*

2.1.6 *Pengelolaan* Lingkungan Perusahaan Melalui PROPER

Pengelolaan lingkungan perusahaan menurut Suratno dkk. (2006) adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik. Pengelolaan lingkungan perusahaan dalam penelitian ini diukur melalui

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PROPER (Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup) yang merupakan instrument yang digunakan oleh Kementerian Negara Lingkungan Hidup untuk mengukur tingkat ketaatan perusahaan berdasarkan peraturan yang berlaku. PROPER diumumkan secara rutin kepada masyarakat, sehingga perusahaan yang dinilai akan memperoleh insentif maupun disinsetif reputasi, tergantung kepada tingkat ketaatannya.

Penilaian peringkat perusahaan dalam pengelolaan lingkungan mulai dikembangkan Kementerian Lingkungan Hidup, sebagai satu alternatif instrument sejak 1995. Alternatif instrument penataan dilakukan melalui penyebaran informasi tingkat kinerja penataan masing-masing perusahaan kepada *stakeholders* pada skala nasional. Program ini diharapkan dapat mendorong perusahaan untuk meningkatkan pengelolaan lingkungannya. Dengan demikian dampak lingkungan dari kegiatan perusahaan dapat diminalisasi. PROPER bukan pengganti instrument konvensional yang ada, seperti penegak hokum lingkungan perdata maupun pidana.

Program ini bersinergi dengan instrument lainnya agar kualitas lingkungan dapat dilaksanakan lebih efisien dan efektif. PROPER merupakan bentuk kebijakan pemerintah meningkatkan kinerja pengelolaan lingkungan perusahaan sesuai dengan yang telah ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan. PROPER juga perwujudan transparansi, demokratisasi dalam penelolaan lingkungan di Indonesia. Penggunaan warna didalam penilaian PROPER merupakan bentuk komunikatif penyampaian kinerja kepada

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

masyarakat, lima peringkat warna yang digunakan mencakup Emas, Hijau, Biru, Merah, Hitam.

Secara sederhana masyarakat dapat mengetahui tingkat penataan pengelolaan lingkungan pada perusahaan dengan hanya melihat peringkat warna yang ada. Peringkat emas dan hijau untuk perusahaan yang telah melakukan upaya lebih dari taat dan patut menjadi contoh, peringkat biru bagi perusahaan yang telah taat, dan peringkat merah dan hitam bagi perusahaan yang belum taat. Secara sederhana, lima warna akan diberi skor secara berturut-turut dengan nilai tertinggi 5 untuk emas, 4 untuk hijau, 3 untuk biru, 2 untuk merah, dan terendah 1 untuk hitam. Bagi pihak-pihak yang memerlukan informasi yang lebih rinci, KLH (Kementrian Lingkungan Hidup) dapat menyampaikan secara khusus.

Aspek penilaian PROPER adalah ketaatan terhadap peraturan pengendalian pencemaran air, pengendalian pencemaran udara, pengelolaan limbah B3 (Bahan Berbahaya dan Beracun), AMDAL (Analisis Mengenai Dampak Lingkungan) serta pengendalian pencemaran laut. Ketentuan ini bersifat wajib untuk dipenuhi. Jika perusahaan memenuhi seluruh peraturan tersebut (*in compliance*) maka akan diperoleh perintah BIRU, jika tidak maka MERAH atau HITAM, tergantung kepada aspek ketidak-taatannya.

2.1.7 *Kepemilikan* Institusional

Kepemilikan institusional merupakan saham perusahaan yang dimiliki oleh institusi atau lembaga seperti perusahaan asuransi, bank, perusahaan investasi, dan kepemilikan institusi lain. Menurut (Karim, 2013) kepemilikan

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

institusional adalah persentase saham yang dimiliki oleh orang diluar perusahaan terhadap total saham perusahaan. Komposisi kepemilikan saham memiliki saham memiliki dampak yang penting pada sistem kendali perusahaan

Tujuan utama perusahaan dalam manajemen keuangan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran para pemilik atau pemegang saham. Namun sebagaimana dalam teori keagenan (*Agency Theory*), perusahaan yang memisahkan fungsi pengelolaan dengan fungsi kepemilikan akan rentan terhadap konflik keagenan, pihak manajemen sebagai agen, mempunyai kecenderungan untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dan hal ini yang sering menimbulkan konflik dengan pemegang sebagai principal. Pada dasarnya konflik tersebut terjadi, karena adanya perbedaan kepentingan antara manajemen dengan pemegang saham.

Kepemilikan institusional memiliki peranan sangat penting dalam meminimalisasi konflik keagenan yang terjadi antara manajer dan pemegang saham. Keberadaan investor institusional dianggap mampu menjadi alat *monitoring* yang efektif dalam setiap keputusan yang diambil oleh manajer. Tingkat kepemilikan institusional yang tinggi akan menimbulkan usaha pengawasan yang lebih besar oleh pihak investor institusional sehingga dapat menghalangi perilaku opportunistic manajer. Menurut Shleifer and Vishny (1986) bahwa institusional shareholders, dengan kepemilikan saham yang besar, memiliki insentif untuk memantau pengambilan keputusan perusahaan. Semakin besar kepemilikan oleh institusi keuangan maka semakin besar pula

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kekuatan suara dan dorongan untuk mengoptimalkan nilai perusahaan (Wening,2010).

Kepemilikan institusional memiliki kelebihan antara lain:

1. Memiliki profesionalisme dalam menganalisis informasi sehingga dapat menguji keandalan informasi.
2. Memiliki motivasi yang kuat untuk melaksanakan pengawasan lebih ketat atas aktivitas yang terjadi di dalam perusahaan.

2.1.8 *Profitabilitas*

Profitabilitas merupakan alat yang digunakan untuk menganalisis kinerja manajemen, tingkat profitabilitas akan menggambarkan posisi laba perusahaan. Para investor di pasar modal sangat memperhatikan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan dan meningkatkan laba, hal ini merupakan daya tarik bagi investor dalam melakukan jual beli saham, oleh karena itu manajemen harus mampu memenuhi target yang telah ditetapkan.

Menurut Kasmir (2008:196), "Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan". Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektifitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Pada dasarnya penggunaan rasio ini yakni menunjukkan tingkat efisiensi suatu perusahaan.

Menurut Fahmi (2011:68), "Profitabilitas adalah rasio yang mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

investasi". Profitabilitas biasa dinyatakan dalam persentase yang diterapkan oleh manajemen perusahaan.

Dari beberapa pendapat diatas, maka dapat disimpulkan bahwa *profitabilitas* adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan profit/laba, selama periode tertentu, dengan membandingkan laba aktivitas dengan aktiva yang digunakan.

Pengungkapan mengenai pertanggung jawaban sosial perusahaan mencerminkan suatu pendekatan perusahaan dalam melakukan adaptasi dengan lingkungan yang dinamis dan bersifat multidimensi. Hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan profitabilitas perusahaan telah diyakini mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial yang sama dengan gaya manajerial yang dilakukan pihak manajemen untuk membuat suatu perusahaan memperoleh keuntungan (Sembiring, 2003).

Gray *et al* (1995) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Hal ini barati semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial.

Rasio profitabilitas terdiri atas *Profit Margin, Basic Earning Power, Return On Assets* (ROA), dan *Return On Equity* (ROE). Rasio profitabilitas dalam penelitian ini diwakili oleh *Return On Assets* (ROA). *Return On Assets* (ROA) merupakan rasio antara saldo laba bersih setelah pajak dengan jumlah asset perusahaan secara keseluruhan. Rasio ROA ini sering dipakai manajemen untuk

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengukur kinerja keuangan perusahaan dan menilai kinerja operasional dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki perusahaan, disamping perlu mempertimbangkan masalah pembiayaan terhadap aktiva tersebut. Nilai ROA yang semakin mendekati 1, berarti semakin baik profitabilitas perusahaan karena setiap aktiva yang ada dapat menghasilkan laba.

Dengan kata lain, semakin tinggi nilai ROA maka semakin baik kinerja keuangan perusahaan tersebut. Pengukuran kinerja keuangan perusahaan dengan ROA menunjukkan kemampuan atas modal yang di investasikan dalam keseluruhan aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba. ROA (*Return On Assets*) adalah rasio keuntungan bersih setelah pajak untuk menilai seberapa besar tingkat pengembalian dari asset yang dimiliki oleh perusahaan. ROA yang negatif disebabkan laba perusahaan dalam kondisi negatif pula atau rugi, hal ini menunjukkan kemampuan dari modal yang di investasikan secara keseluruhan belum mampu untuk menghasilkan laba.

ROA menggambarkan sejauh mana tingkat pengembalian dari seluruh asset yang dimiliki perusahaan. ROA digunakan oleh manajemen perusahaan untuk mengukur efektivitas dari keseluruhan operasi perusahaan. pengukuran kinerja keuangan perusahaan dengan ROA memiliki keuntungan yaitu, ROA merupakan pengukuran yang komprehensif dimana seluruhnya mempengaruhi laporan pengukuran yang tercermin dari rasio ini. Laporan keuangan yang dimaksud adalah laporan laba rugi dan neraca. Keunggulan lain yang didapat dari pengukuran kinerja dengan ROA adalah perhitungan ROA sangat mudah dihitung dan dipahami. ROA juga merupakan denominator yang dapat diterapkan pada setiap unit organisasi yang bertanggung jawab terhadap profitabilitas dan unit

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

usaha. Dalam pengukuran kinerja keuangan perusahaan, setiap unit organisasi yang ada dalam perusahaan dapat menggunakan ROA untuk mengetahui profitabilitas dari setiap unit usaha.

Semakin besar nilai ROA berarti suatu perusahaan mempunyai kinerja yang bagus dalam menghasilkan laba bersih untuk pengembalian total aktiva yang dimiliki sehingga berpengaruh terhadap harga saham, yaitu harga saham akan naik. Sunariyah (2004) menyatakan bahwa apabila perusahaan diperkirakan mempunyai prospek yang akan dating, nilai saham semakin tinggi.

2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR di perusahaan antara lain:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1.	Lusyana Ale (2014)	Pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, kepemilikan institusional dan ukuran dewan komisaris terhadap Pengungkapan *corporate social responsibility* (studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek	Regresi Berganda	- Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility. - Leverage berpengaruh negatif terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility. - Kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility. - Ukuran dewan komisaris berpengaruh

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		indonesia)		positif terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility.
2.	Suci Rahma Putri (2015)	Pengaruh Pengelolaan Lingkungan dan Kepemilikan Institusional Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Dengan Profitabilitas (Roa) Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2011-2013)	Regresi Berganda	- Pengelolaan lingkungan dan Kepemilikan Institusional berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure.* - Profitabilitas(ROA) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* - Profitabilitas(ROA) tidak memoderasi hubungan Pengelolaan lingkungan dan Kepemilikan Institusional terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*
3.	Fathia Vivie Lamia, Zirman, Yuneita Anisma (2014)	Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Porsi Kepemilikan Saham Publik Dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dalam Laporan Tahunan Perusahaan	Regresi Berganda	- secara partial terdapat pengaruh yang signifikan antara Profitabilitas Pengungkapan CSR - Secara partial terdapat pengaruh yang signifikan antara Leverage terhadap Pengungkapan CSR - Secara partial terdapat pengaruh yang signifikan antara Porsi Kepemilikan Saham Publik terhadap Pengungkapan CSR

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

		Food & Beverages Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia		pada perusahaan Food and Beverage - Secara tidak partial terdapat pengaruh yang signifikan antara Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan CSR pada perusahaan Food and Beverage
4.	Anggara Fahrizqi (2010)	Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan corporate social Responsibility (CSR) dalam laporan tahunan perusahaan	Regresi Berganda	- Secara parsial ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. - Secara parsial profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. . - Secara parsial leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. - Secara parsial ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR.
5.	Dwi Oktalia(2014)	Pengaruh kinerja lingkungan dan profitabilitas terhadap corporate social responsibility Disclosure dalam laporan tahunan Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Go Public yang Terdaftar di BEI 2009-	Regresi Data Panel	- Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasil bahwa kinerja lingkungan dan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

		2012)		

2.3 Kerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh 2 (dua) variabel bebas (independen) yang terdiri dari pengelolaan lingkungan dan kepemilikan institusional terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* sebagai variabel terikat (dependen) dengan profitabilitas (ROA) sebagai variabel moderasi. Pengaruh masing-masing variabel bebas secara teoritis terhadap variabel terikat dengan adanya variabel moderasi adalah sebagai berikut:

2.3.1 Pengaruh pengelolaan lingkungan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclousure*

Perusahaan sudah seharusnya mengungkapkan mengenai informasi dan mutu lingkungan agar perusahaan dapat dikatakan memiliki pengelolaan lingkungan yang baik. Dari perspektif ekonomi, perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut akan meningkatkan nilai perusahaan (Pujiasih, 2011). Oleh karena itu, perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik perlu mengungkapkan informasi kualitas dan mutu lingkungan yang lebih dibandingkan dengan perusahaan dengan kinerja lingkungan yang buruk.

Perusahaan yang telah mengikuti PROPER saja sudah mendapatkan nilai positif dari *stakeholders* walaupun peringkat yang diperoleh bukan emas. Dari penilaian pengelolaan lingkungan ini dapat menunjukkan mana saja perusahaan yang telah peduli atau

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

memperhatikan lingkungan. Perusahaan yang telah mengikuti PROPER akan lebih intens dalam melakukan dan melaporkan tanggung jawab sosialnya, karena dengan perusahaan melaporkan tanggung jawab sosialnya dalam *annual report* dapat menarik investor. Penelitian Permana (2012) menemukan hubungan positif signifikan antara *environtmental performance* dengan pengungkapan tanggung jawab sosial. Begitu juga dengan penelitian Rakhiemah (2009), Rahmawati (2012), dan Permatasari (2014).

H_1 : Pengelolaan lingkungan memiliki pengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure.*

2.3.2 Pengaruh kepemilikan institusional terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure.*

Berkaitan dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa *stakeholder* merupakan pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan yang dapat mempengaruhi atau dapat dipengaruhi oleh aktivitas perusahaan. Kepemilikan institusional yang besar akan sangat berpengaruh dan berdampak pada keputusan manajemen yang akan diambil. Salah satu keputusannya adalah pengungkapan informasi CSR sebagai transparansi kepada *stakeholders*. Hal ini dikarenakan kepemilikan institusional yang besar akan menyebabkan tekanan terhadap manajemen untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan secara lebih luas.

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Penelitian yang dilakukan Rawi (2008) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat kepemilikan institusional dari persentase saham yang dimiliki oleh investor institusional akan menyebabkan tingkat monitor menjadi lebih efektif. Dengan demikian semakin tinggi tingkat kepemilikan institusional, maka pengungkapan CSR akan semakin luas. Penelitian terdahulu yang berhasil menunjukkan kedua hubungan variabel ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006) yang menyatakan bahwa semakin besar kepemilikan institusional, maka semakin luas pengungkapan CSR yang dilakukan.

H_2 : Kepemilikan Institusional memiliki pengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure.*

2.3.3 Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure.*

Profitabilitas memperlihatkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari sumber daya yang mereka miliki. Heinze (1976) dalam Lucyanda (2012) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas. kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahan. Hal ini didukung dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Fahrizqi (2010), dan Lamia, Zirman, Anisma (2014).

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

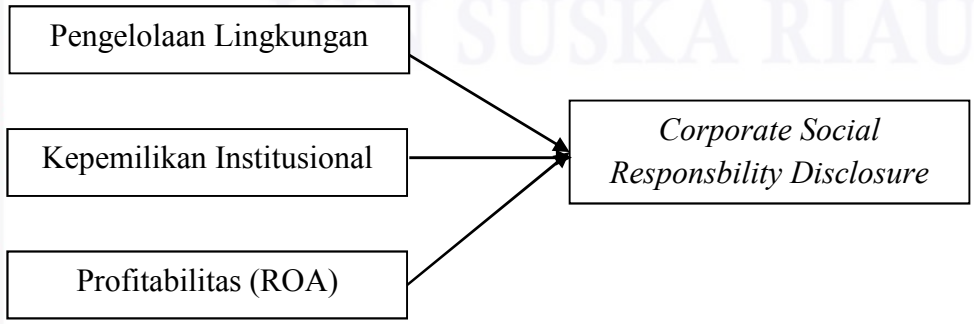
Suatu perusahaan yang mempunyai profitabilitas yang tinggi seharusnya melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan secara transparan (Priyatno, 2013). Dalam melakukan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan harus menyediakan dana yang cukup sehingga kegiatan tanggung jawab terhadap masyarakat tersebut dapat berlangsung dengan baik, dengan profitabilitas yang baik akan mendukung luas pengungkapan CSR oleh suatu perusahaan.

Menurut Andini (2014), profitabilitas yang diukur dengan ROA berpengaruh positif terhadap CSR *disclosure,* hal ini dijelaskan dengan argument bahwa perusahaan yang memiliki laba yang tinggi akan menjadi sorotan, untuk mengurangi tekanan tersebut perusahaan akan mengeluarkan biaya yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial.

H_3 : Profitabilitas (ROA) memiliki pengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure.*

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka dapat disusun model penelitian seperti berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Sumber: Dibangun sebagai dasar pemikiran dalam penelitian ini (2017)

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional