

Hak Cipta Diindungi 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.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Legitimasi

Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan ke depan. Hal itu, dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat yang semakin maju. Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun nonfisik, legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat (Hadi, 2011: 87).

Dengan demikian, legitimasi memiliki manfaat untuk mendukung keberlangsungan hidup suatu perusahaan. Teori legitimasi menjelaskan bahwa praktik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan harus dilaksanakan sebaik mungkin, agar nantinya aktivitas dan kinerja perusahaan mendapat respon yang baik bagi masyarakat. Adapun dengan respon positif tersebut akan dapat melahirkan nilai yang baik perusahaan dimata masyarakat dan otomatis dapat meningkatkan pencapaian laba oleh pihak perusahaan. Tentu hal ini akan menjadi keuntungan bagi perusahaan, karena dengan nilai yang sudah terbangun akan bisa

memberikan ketertarikan pada pihak investor untuk mau berinvestasi di perusahaan.

Deegan, dkk (2002) mengatakan “legitimasi dapat diperoleh manakala terdapat kesesuaian antara keberadaan perusahaan tidak mengganggu atau sesuai (*congruent*) dengan eksistensi sistem nilai yang ada dalam masyarakat dan lingkungan”. Ketika terjadi pergeseran yang menuju ketidaksesuaian, maka pada saat itu legitimasi perusahaan dapat terancam.

Dasar pemikiran teori ini adalah perusahaan akan terus berlanjut keberadaannya jika masyarakat menyadari bahwa perusahaan beroperasi untuk sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai masyarakat itu sendiri. Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk menyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat.

2.1.2 Teori Stakeholder

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan telah mulai dikenal sejak awal 1970an, yang secara umum dikenal dengan *stakeholder theory* artinya sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. Teori stakeholder mengatakan bahwa “ perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*, baik internal maupun eksternal” (Hadi, 2011 : 93).

Hak Cipta Diindungi 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 Diindungi 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.

Stakeholder adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan yang bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan, seperti: pemerintah, perusahaan pesaing, masyarakat sekitar, lingkungan internasional, lembaga di luar perusahaan (LSM dan sejenisnya), lembaga pemerhati lingkungan, para pekerja perusahaan, kaum minoritas dan lain sebagainya yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan (Hadi, 2011: 93). Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut. Seperti halnya pemegang saham yang mempunyai hak terhadap tindakan-tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan, *stakeholder* juga mempunyai hak terhadap perusahaan.

Stakeholder pada dasarnya dapat mengendalikan atau memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang digunakan perusahaan. Oleh karena itu, ketika *stakeholder* mengendalikan sumber ekonomi yang penting bagi perusahaan, maka perusahaan akan bereaksi dengan cara-cara yang memuaskan keinginan *stakeholder*. Organisasi dapat mengadopsi strategi aktif atau pasif. Akibat dari kurangnya perhatian terhadap *stakeholder* adalah rendahnya tingkat pengungkapan informasi sosial dan rendahnya kinerja sosial perusahaan.

Esensi teori *stakeholder* tersebut jika tarik interkoneksi dengan teori legitimasi yang mengisyaratkan bahwa perusahaan hendaknya mengurangi *expectation gap* dengan masyarakat. Perusahaan hendaknya menjaga reputasinya yaitu dengan menggeser pola orientasi (tujuan) yang cenderung *shareholder*

orientation, ke arah memperhitungkan faktor sosial (*social factors*) sebagai wujud kepedulian dan keberpihakan terhadap masalah sosial kemasyarakatan (*stakeholder orientation*) (Hadi, 2011: 95).

2.1.3 Teori Agensi

Teori agensi mengasumsikan bahwa dasar yang melandasi munculnya teori keagenan adalah dimana individu-individu bertindak atas kepentingan mereka sendiri sehingga terkadang mengabaikan kepentingan perusahaan (Ikhsan, 2008: 76).

Teori ini menyebutkan bahwa perusahaan adalah tempat atau “*intersection point*” bagi hubungan kontrak yang terjadi antara manajemen, pemilik, kreditur, dan pemerintah. Teori ini bercerita tentang monitoring berbagai macam biaya dan memaksakan hubungan diantara kelompok ini (Harahap, 2013: 532).

Terjadi konflik kepentingan antara pemilik dan agen karena kemungkinan agen tidak selalu berbuat sesuai dengan kepentingan prinsipal, sehingga memicu biaya keagenan (*agency cost*). Pemegang saham sebagai prinsipal diasumsikan hanya tertarik kepada hasil keuangan yang bertambah atau investasi mereka di dalam perusahaan. Sedangkan para agen diasumsikan menerima kepuasan berupa kompensasi keuangan dan syarat-syarat yang menyertai dalam hubungan tersebut.

Dalam hubungan agensi tersebut, terdapat 3 faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yaitu biaya pengawasan (*monitoring costs*), biaya kontrak (*contracting costs*), dan visibilitas politis. Perusahaan yang melakukan pengungkapan informasi tanggung jawab sosial

dengan tujuan untuk membangun *image* pada perusahaan dan mendapatkan perhatian dari masyarakat. Perusahaan memerlukan biaya dalam rangka untuk memberikan informasi pertanggungjawaban sosial, sehingga laba yang dilaporkan dalam tahun berjalan menjadi lebih rendah.

Ketika perusahaan menghadapi biaya kontrak dan biaya pengawasan yang rendah dan visibilitas politis yang tinggi akan cenderung untuk mengungkapkan informasi pertanggungjawaban sosial. Jadi, pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial berhubungan positif dengan kinerja sosial, kinerja ekonomi dan visibilitas politis dan berhubungan negatif dengan biaya kontrak dan pengawasan biaya keagenan. (Belkaoui dan Karpik, 1989 dalam Anggraini, 2006).

Berdasarkan teori agensi, perusahaan yang menghadapi biaya kontrak dan biaya pengawasan yang rendah cenderung akan melaporkan laba bersih rendah atau dengan kata lain akan mengeluarkan biaya-biaya untuk kepentingan manajemen (salah satunya biaya yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat). Kemudian, sebagai wujud pertanggungjawaban, manajer sebagai agen akan berusaha memenuhi seluruh keinginan pihak prinsipal, dalam hal ini adalah pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan.

2.1.4 Teori Kontrak Sosial (*Social Contract Theory*)

Kontrak sosial (*social contract*) muncul adanya interaksi dalam kehidupan sosial masyarakat, agar terjadinya keselarasan, keserasian dan keseimbangan, termasuk terhadap lingkungan. Perusahaan yang merupakan kelompok orang yang

Hak Cipta Diindungi 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.

memiliki kesamaan tujuan dan berusaha mencapai tujuan secara bersama, adalah bagian dari masyarakat dalam lingkungan yang lebih besar (Hadi, 2011: 95).

Social contract dibangun dan dikembangkan, salah satunya untuk menjelaskan hubungan antara perusahaan terhadap masyarakat (*society*). Di sini, perusahaan ataupun organisasi bentuk lainnya memiliki kewajiban kepada masyarakat untuk memberi kemanfaatan bagi masyarakat setempat. Interaksi perusahaan (organisasi) dengan masyarakat akan selalu berusaha untuk memenuhi dan mematuhi aturan dan norma-norma yang berlaku di masyarakat, sehingga kegiatan perusahaan dapat dipandang legitimat (Hadi, 2011: 96).

2.1.5 Teori Tanggung Jawab Sosial

CSR berfokus pada aktivitas perusahaan yang dituangkan dalam berbagai aktivitas sosial, seperti kedermawanan (*philanthropy*), kemurahan hati (*charity*), bantuan terhadap bencana alam, dan kegiatan sosial lainnya. Dengan kata lain, CSR tersebut tidak lebih dari “*morality*” saja, padahal CSR itu tidak sederhana makna yang timbul dari persepsi yang terbentuk dalam *mainstream* pelaku usaha selama ini (Azheri, 2012: 54). Perusahaan melepaskan diri dari tujuan hanya mencari laba dengan memperluas tanggung jawab manajemen. McGuire (*business and society* 1953, dalam Harahap, 2013: 405) mengatakan, “ide tanggung jawab sosial di sini dimaksudkan bahwa perusahaan tidak hanya punya tanggung jawab ekonomi dan hukum, tetapi juga tanggung jawab tertentu terhadap sosial di luar kewajiban utamanya”.

Hak Cipta Diindungi 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 Diindungi 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.

1. Pengertian Tanggung Jawab Sosial (CSR)

CSR adalah sebagai komitmen perusahaan untuk melaksanakan kewajiban yang didasarkan atas keputusan untuk mengambil kebijakan dan tindakan dengan memperhatikan kepentingan para *stakeholders* dan lingkungan di mana perusahaan melakukan aktivitasnya yang berlandaskan pada ketentuan hukum yang berlaku (Azheri, 2012: 28).

Definisi mengenai *Corporate Social Responsibility* sekarang ini sangatlah beragam, tergantung pada sudut pandang dan bagaimana memaknai CSR itu sendiri. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat beberapa rumusan tentang CSR sebagai berikut:

1. *The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* merumuskan CSR sebagai “*The continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large to improve their quality of life*”.

2. *World bank* (bank dunia) mendefinisikan CSR sebagai “*the commitment of business to contribute to sustainable economic development working with employees and their representatives, the local community and society at large to improve quality of live, in ways that are both good for business and good for development*”.

Maksud dari definisi menurut sebuah organisasi dunia *World Bisnis Council for Sustainable Development (WBCSD)* menyatakan bahwa CSR 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 tarafhidup pekerjaanya beserta seluruh keluarga.

Hak Cipta Diindungi 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.

Sedangkan menurut *World Bank*, CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan suatu komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan yang dapat bekerja sama dengan karyawan dan perwakilan mereka, masyarakat sekitar dan masyarakat yang lebih luas untuk meningkatkan kualitas hidup, dengan cara yang baik bagi bisnis maupun pengembangan.

2. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*CSR Disclosure*)

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

Laporan pertanggungjawaban sosial disajikan dalam sebuah laporan yang berkelanjutan (*sustainability reporting*) yang dapat diterbitkan secara terpisah ataupun terintegrasi dalam laporan tahunan (*annual report*). Laporan keberlanjutan adalah praktek pengukuran, pengungkapan dan upaya akuntabilitas dari kinerja organisasi dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan kepada para pemangku kepentingan baik internal maupun eksternal. Sebuah laporan keberlanjutan harus menyediakan gambaran yang berimbang dan masuk akal dari kinerja keberlanjutan sebuah organisasi, termasuk kontribusi yang positif maupun negatif. Pada bulan September 2004, ISO (*International Organization for Standardization*) sebagai induk organisasi standarisasi internasional, berinisiatif membentuk tim (*working group*) yang membidani lahirnya panduan dan standarisasi untuk tanggung jawab sosial yang diberi nama ISO 26000: *Guidance Standard on Social Responsibility*. Kegiatan ISO dalam tanggung jawab sosial terletak pada pemahaman umum bahwa *social responsibility* adalah sangat penting untuk kelanjutan suatu organisasi. ISO 26000 menyediakan standar pedoman yang bersifat sukarela mengenai tanggung jawab sosial suatu institusi yang mencakup semua sektor badan publik ataupun badan privat baik di Negara berkembang maupun negara maju. ISO 26000 akan memberikan tambahan nilai terhadap aktivitas tanggung jawab social yang berkembang saat ini dengan cara:

- 1) Mengembangkan suatu konsensus terhadap pengertian tanggung jawab sosial dan isunya.

Hak Cipta Diindungi 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 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.

2) Menyediakan pedoman tentang penterjemahan prinsip-prinsip menjadi kegiatan-kegiatan yang efektif; dan

3) Memilah praktek-praktek terbaik yang sudah berkembang dan disebarluaskan untuk kebaikan komunitas atau masyarakat internasional.

Berdasarkan konsep ISO 26000, penerapan *sosial responsibility* hendaknya terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi yang mencakup 7 isu pokok, yaitu: pengembangan masyarakat, konsumen, praktek institusi yang sehat, lingkungan, ketenagakerjaan, hak asasi manusia dan *organizational governance*. Darwin (2004) mengatakan bahwa “kategori dalam *corporate sustainability reporting* terbagi menjadi tiga kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan, dan kinerja sosial”. Hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan sosial 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. Energi, meliputi konservasi energi, efisiensi energi, dan lain-lain. Praktik bisnis yang wajar meliputi pemberdayaan terhadap minoritas dan perempuan, dukungan terhadap perusahaan minoritas, tanggung jawab sosial.
- c. Sumber daya manusia, meliputi aktivitas di dalam suatu komunitas, dalam kaitan dengan pelayanan kesehatan, pendidikan, dan seni.
- d. Produk, meliputi keamanan, pengurangan polusi, dan lain-lain.

Hak Cipta Diindungi 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.

Indikator pengungkapan tanggung jawab sosial menurut GRI (*Global Reporting Initiative*) terdiri dari tiga indikator, yaitu indikator kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial. Aspek kinerja ekonomi meliputi aspek kinerja ekonomi, aspek kehadiran pasar dan aspek dampak tidak langsung. Dalam indikator kinerja lingkungan, terdapat aspek material, energi, air, biodiversitas, emisi, *efluen* dan limbah, aspek produk dan jasa, aspek kepatuhan, aspek transportasi dan aspek keseluruhan. Indikator sosial berhubungan dengan ketenagakerjaan, hak asasi manusia, masyarakat dan tanggung jawab produk. Dalam hal ketenagakerjaan, aspek yang dinilai yaitu pekerjaan, tenaga kerja atau hubungan manajemen, kesehatan dan keselamatan jabatan, pelatihan dan pendidikan, keberagaman dan kesempatan setara. Aspek dalam hak asasi manusia meliputi aspek praktek investasi dan pengadaan, aspek non diskriminasi, aspek kebebasan berserikat, berunding dan berkumpul bersama, aspek pekerja anak, aspek kerja paksa dan kerja wajib, aspek praktik atau tindakan pengamanan dan aspek hak penduduk asli. Sedangkan masyarakat terdiri dari aspek komunitas, korupsi, kebijakan publik, kelakuan tidak bersaing dan aspek kepatuhan. Dalam hal tanggung jawab produk, aspek yang dinilai yaitu aspek kesehatan dan keamanan pelanggan, aspek pemasangan label bagi produk dan jasa, aspek komunikasi pemasaran, aspek keleluasaan pribadi pelanggan dan aspek kepatuhan.

2.1.6 Pengungkapan Laporan Keuangan

Pengungkapan secara sederhana didefinisikan sebagai penyampaian informasi (*the release of information*). Tujuan pengungkapan menurut *Securities*

Hak Cipta Diindungi 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.

Exchange Commision (SEC) dalam (Kasmir, 2016: 10) dikategorikan menjadi dua, yaitu:

- 1) *protective disclosure*, dimaksudkan sebagai upaya perlindungan terhadap investor, dan
- 2) *informative disclosure*, bertujuan untuk memberikan informasi layak kepada pengguna laporan.

Belkaoui (2006) mengemukakan tujuan pengungkapan ada enam, yaitu:

1. Menjelaskan item-item yang diakui dan untuk menyediakan ukuran yang relevan bagi item-item tersebut, selain ukuran dalam laporan keuangan.
2. Menjelaskan item-item yang belum diakui dan untuk menyediakan ukuran yang bermanfaat bagi item-item tersebut.
3. Menyediakan informasi yang membantu investor dan kreditor dalam menentukan risiko dan item-item yang potensial untuk diakui dan yang belum diakui.
4. Menyediakan informasi yang penting yang dapat digunakan oleh pengguna laporan keuangan untuk membandingkan antarperusahaan dan antar tahun.
5. Menyediakan informasi mengenai aliran kas masuk dan kas keluar di masa mendatang.
6. Membantu investor dalam menetapkan return dan investasinya.

Banyaknya informasi yang harus diungkapkan tidak hanya bergantung pada pembaca, tetapi juga sesuai dengan standar yang ada Tiga konsep pengungkapan yang umum diusulkan (Hendriksen, 2002: 429) adalah:

Hak Cipta Diindungi 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.

1. Pengungkapan yang cukup (*adequate*), yaitu pengungkapan minimum yang disyaratkan oleh peraturan yang berlaku dimana angka-angka yang disajikan dapat diinterpretasikan dengan benar oleh investor.
2. Pengungkapan wajar (*fair*) yang secara tidak langsung merupakan tujuan etis agar memberikan perlakuan yang sama kepada semua pemakai laporan dengan menyediakan informasi yang layak terhadap pembaca potensial.
3. Pengungkapan lengkap (*full*) menyangkut kelengkapan penyajian informasi yang diungkapkan dengan relevan dan memberi kesan penyajian yang melimpah.

Konsep pengungkapan yang cukup (*adequate disclosure*) merupakan konsep pengungkapan yang paling umum digunakan (Harahap, 2013: 272).

Laporan keuangan menjadi suatu mekanisme yang penting karena merupakan alat komunikasi bagi manajer dengan pihak lain di luar perusahaan di luar perusahaan seperti investor, kreditur dan pengguna informasi lainnya. Menurut Standar Akuntansi Keuangan (SAK), tujuan laporan keuangan yaitu menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja, serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pemakai dalam pengambilan keputusan ekonomi.

Pengungkapan ada yang bersifat wajib (*mandatory*) dan ada yang bersifat sukarela (*voluntary*). *Mandatory* yaitu pengungkapan informasi wajib dilakukan oleh perusahaan yang didasarkan pada peraturan atau standar tertentu, sedangkan sukarela (*voluntary*) merupakan pengungkapan informasi melebihi persyaratan minimum dari peraturan yang berlaku. Pengungkapan sosial

yang dilakukan oleh perusahaan umumnya bersifat *voluntary* (sukarela), *unaudited* (belum diaudit), dan *unregulated* (tidak dipengaruhi oleh peraturan tertentu).

Oleh karena itu, perusahaan memiliki kebebasan untuk mengungkapkan informasi yang tidak diharuskan oleh badan penyelenggara pasar modal. Keragaman dalam pengungkapan disebabkan oleh perusahaan yang dikelola oleh manajer yang memiliki pandangan filosofi manajerial yang berbeda dan keluasan yang berkaitan dengan pengungkapan informasi kepada masyarakat. Sebagian perusahaan bahkan menganggap bahwa mengomunikasikan kegiatan atau program CSR sama pentingnya dengan kegiatan CSR itu sendiri. Dengan mengkomunikasikan CSR-nya, makin banyak masyarakat yang mengetahui investasi sosial perusahaan sehingga tingkat risiko perusahaan menghadapi gejolak sosial akan menurun. Jadi, melaporkan CSR kepada khalayak akan meningkatkan nilai *social hedging* perusahaan.

Beberapa peraturan terkait isu utama CSR di Indonesia yaitu:

Organisational governance, Environment, Labour practices, Consumer issues, Fair operating practices, Human rights, Social and economic development. Semakin banyak peraturan yang harus ditaati oleh perusahaan maka semakin luas pula pengungkapan yang harus dilakukan terkait pelaksanaan peraturan-peraturan tersebut. Belum lama ini Bapepam LK mengeluarkan keputusan No. 134/BL/2006 tentang Kewajiban Penyampaian Laporan Tahunan bagi Emiten dan Perusahaan Publik. Dibanding aturan yang lama (SK Bapepam No. 38/PM/1996) jumlah informasi yang wajib diungkapkan, khususnya yang terkait dengan praktek

Hak Cipta Diindungi 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 Saifuddin Kasim Riau

Corporate Governance, jauh lebih banyak. Pada tahun 2007, DPR juga telah mengesahkan UU No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas, dalam pasal 74 undang-undang tersebut mewajibkan perusahaan untuk menguraikan aktivitas dan biaya yang dikeluarkan berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan. Hal ini akan berdampak pada semakin banyaknya informasi operasional perusahaan yang harus diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan, termasuk dalam pengungkapan CSR.

2.1.7 Jenis, Benefit, dan Langkah Pelaksanaan Program CSR

Kotler dan Lee (2006) dalam Solihin (2008: 131-141) mengatakan “ada enam kategori program CSR”. Pemilihan program alternatif CSR yang akan dilaksanakan oleh perusahaan sangat bergantung kepada tujuan pelaksanaan CSR yang ingin dicapai perusahaan. Keenam jenis program CSR tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Cause Promotion*

Dalam program ini, perusahaan menyediakan dana atau sumber daya lainnya yang dimiliki perusahaan untuk meningkatkan kesadaran (*awareness*) serta perhatian terhadap suatu masalah sosial, merupakan fokus utama dari kategori aktivitas CSR ini.

2. *Cause Related Marketing*

Perusahaan memiliki komitmen untuk menyumbangkan persentase tertentu dari penghasilannya untuk suatu kegiatan sosial berdasarkan besarnya penjualan produk. Kegiatan ini biasanya didasarkan kepada

Hak Cipta Diindungi 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 Diindungi 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.

penjualan produk tertentu, untuk jangka waktu tertentu, serta untuk aktivitas derma tertentu.

3. *Corporate Social Marketing*

Perusahaan mengembangkan dan melaksanakan kampanye untuk mengubah perilaku masyarakat dengan tujuan meningkatkan kesehatan dan keselamatan publik, menjaga kelestarian lingkungan hidup, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

4. *Corporate Philanthropy*

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.

5. *Community Volunteering*

Perusahaan mendukung serta mendorong para para karyawan, para pemegang franchise atau rekan pedaganag eceran untuk menyisihkan waktu mereka secara sukarela guna membantu organisasi-organisasi masyarakat lokal maupun masyarakat yang menjadi sasaran program.

6. *Social Responsible Business Practice (Community Development)*

Perusahaan melaksanakan aktivitas bisnis melampaui aktivitas bisnis yang diwajibkan oleh hukum serta melaksanakan investasi yang mendukung kegiatan sosial dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan komunitas dan memelihara lingkungan hidup.

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.

2.1.8 Variabel- variabel yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Pada penelitian ini faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial adalah Agresivitas pajak, *profitabilitas* (ROA) dan ukuran perusahaan (*size*). Berikut ini akan dibahas pengertian dari masing-masing variabel.

1. Agresivitas Pajak

(Utari, 2014) mendefinisikan agresivitas pajak sebagai kegiatan perencanaan pajak semua perusahaan yang terlibat dalam usaha mengurangi tingkat pajak yang efektif. Agresivitas pajak adalah strategi perusahaan yang tidak sesuai dengan harapan masyarakat.

Pembayaran pajak bagi perusahaan merupakan transfer kekayaan dari perusahaan kepada pemerintah maka beban pajak yang dibayarkan tersebut merupakan biaya yang sangat besar bagi perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan akan cenderung melakukan usaha penghindaran atau penghematan pajak sebagai upaya untuk dapat membayar pajak dengan seefisien mungkin. Terkadang pemilik atau pemegang saham menginginkan perusahaan untuk meminimalkan pembayaran pajaknya untuk dapat memaksimalkan nilai perusahaan.

(Sari dan Martani, 2010) menyatakan suatu agresivitas pelaporan pajak adalah situasi ketika perusahaan melakukan kebijakan pajak tertentu dan suatu hari terdapat kemungkinan tindakan pajak tersebut tidak akan diaudit atau dipermasalahkan dari sisi hukum, namun tindakan ini berisiko karena ketidakjelasan posisi akhir (apakah tindakan pajak tersebut dianggap melanggar atau tidak melanggar hukum yang berlaku). Salah satu cara untuk mengukur

perusahaan yang melakukan agresivitas pajak yaitu dengan menggunakan proksi *Effective Tax Rates* (ETR). *Effective Tax Rates* (ETR) pada dasarnya adalah sebuah besaran tarif pajak yang ditanggung oleh perusahaan. Menurut Lanis dan Richardson (2012) menyatakan bahwa ETR merupakan proksi yang paling banyak digunakan pada penelitian terdahulu. Semakin rendah nilai ETR yang dimiliki perusahaan maka semakin tinggi tingkat agresivitas pajak.

2. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan dan memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan (Kasmir, 2016: 196). Laba dijadikan indikator bagi para *stakeholder* untuk menilai sejauh mana kinerja manajemen dalam mengelola suatu perusahaan. Tujuannya adalah agar terlihat perkembangan perusahaan dalam rentang waktu tertentu, baik penurunan atau kenaikan, sekaligus mencari penyebab perubahan tersebut (Kasmir, 2016: 196). Perusahaan yang mempunyai tingkat *profitabilitas* tinggi dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut karena menunjukkan keberhasilan kinerja manajemen dalam mengolah operasional perusahaan. Sebaliknya, ketika tingkat *profitabilitas* perusahaan rendah, maka investor cenderung tidak tertarik untuk menanamkan modalnya bahkan dapat menarik modal yang telah ditanamkan.

Penelitian ini menggunakan ROA sebagai proksi *profitabilitas*. Hanafi dan Halim (2007: 180) mengatakan bahwa “ROA memperhitungkan kemampuan perusahaan menghasilkan suatu laba terlepas dari pendanaan yang dipakai”. ROA

Hak Cipta Diindungi 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.

menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktiva yang digunakan perusahaan dalam suatu periode. Semakin tinggi rasio ini, semakin tinggi *profitabilitas* perusahaan.

3. Ukuran Perusahaan (*Size*)

Ukuran suatu perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan mereka. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Teori agensi menyatakan bahwa perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar daripada perusahaan kecil (Marwata, 2001). Oleh karena itu perusahaan besar akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak sebagai upaya untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Perusahaan besar juga akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil, karena perusahaan besar akan menghadapi resiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil. Secara teoritis, perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban social.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai agresivitas pajak telah banyak dilakukan, demikian dengan penelitian mengenai CSR. Namun, masih sedikit penelitian yang mengaitkan antara agresivitas pajak dan CSR.

Adapun penelitian-penelitian sebelumnya terkait dengan penelitian ini disajikan pada tabel berikut :

Hak Cipta Diindungi 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.

Tabel 2.1
Kerangka Penelitian Terdahulu

No	Judul	Peneliti (Tahun)	Publikasi	Variabel	Alat Analisis	Hasil
1.	Agresivitas Pajak pada Perusahaan Publik Indonesia yang Melakukan Pengungkapan Corporate Social Responsibility	Diah, Lilik, dan Elin (2014)	Prose ding SNA XVIII Medan, Tahun 2015	Variabel dependen: CSR Variabel independen: agresivitas pajak. Menggunakan variabel kontrol: ukuran perusahaan, dan Intensi modal. ROA dan <i>Leverage</i>	Penelitian ini menggunakan uji regresi OLS	Agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, namun dilakukan uji sensitivitas agresivitas pajak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial
2.	Analisis pengaruh Agresifitas Pajak terhadap CSR	Jessica, Agus (2014)	Tax and accounting review, Nomor 1, Volume 4 Tahun 2014	Variabel independen: Agresifitas Pajak, Variabel dependen: CSR	Regresi OLS	Hasil penelitian menunjukkan bahwa agresifitas pajak perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.
3.	<i>Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An Empirical Analysis</i>	Lanis dan Richards (2012)	Accounting and analysis Journal 5(1) Tahun 2012	Variabel independen: Agresifitas Pajak, Variabel dependen: CSR	Analisis regresi tobit	Memberikan bukti empiris bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR suatu perusahaan, semakin rendah tingkat agresivitas pajak yang dilakukan.

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.

4	<i>Effect of Corporate Governance on Tax Aggressiveness</i>	Timothy (2010)	National tax journal Volume 51 Nomor 3 Tahun 2013	Variabel dependen: agresivitas pajak (ETR). Variabel independen: tata kelola (jumlah saham yang dimiliki oleh direksi, dewan direksi independen, kekuatan <i>shareholder</i> , kekuatan <i>shareholder</i> minoritas, dan tarif pajak).	Analisis regresi OLS	Tata kelola perusahaan mempengaruhi agresivitas pajak
5	<i>Ownership Characteristics, Corporate Governance, and Tax Aggressiveness</i>	Sari dan Martani (2010)	Prosidings SNA VII Denpasar Tahun 2004	Variabel dependen: Agresivitas pajak Variabel independen: struktur kepemilikan saham dan indeks <i>corpo</i>	Analisis regresi ANOVA	Memberikan bukti secara empiris bahwa pengaruh tata kelola perusahaan yang baik belum berdampak signifikan di perusahaan Indonesia dan struktur kepemilikan keluarga berhubungan

Hak Cipta Diindungi 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 Diindungi 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.

				<i>rate governance.</i>		positif dengan tingkat agresivitas pajak
6.	Pengaruh kepemilikan saham asing saham publik, tipe industri, ukuran perusahaan dan <i>profitabilitas</i> terhadap CSR	Puspitasari (2012)	Dinamika Manajemen Volume 1 Nomor 4 Tahun 2012	Variabel Independen: kepemilikan saham asing, kepemilikan saham publik, tipe industri, ukuran perusahaan, dan <i>profitabilitas</i> Variabel Dependen: CSR	Analisis Regresi Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor kepemilikan saham publik, dan kepemilikan saham asing berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia.
7.	Pengaruh CSR dan <i>capital intensity</i> terhadap penghindaran pajak	Muzakki (2015)	Jurnal ilmu dan riset akuntansi (2015)	Variabel independen penelitian ini adalah CSR dan <i>capital intensity</i> , variabel dependen yaitu penghindaran pajak, dan variabel kontrol	Analisis Regresi Berganda	variabel CSR dan <i>capital intensity</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap penghindaran pajak.

Hak Cipta Diindungi 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.

				<i>size</i> dan profitabilitas.		
8	Pengaruh Agresifitas Pajak terhadap Corporate Responsibility : untuk menguji teori legitimasi	Natasya Elma Octaviana (2014)	Jurnal ASN UNDIP Volume 3 Nomor 2 Tahun 2014	Variabel dependen: CSR Variabel independen: agresivitas pajak. Penelitian ini menggunakan lima variabel kontrol: ROA, Market to book ratio, Leverage, Size, dan Intensitas Modal.	Analisis Regresi OLS	Hasil penelitian secara empiris menunjukkan bahwa agresivitas pajak berpengaruh negatif terhadap CSR.
9	Pengaruh Agresifitas Pajak terhadap Corporate Responsibility : untuk menguji teori legitimasi	Utari, Intan Ayu, dan Rahman (2014)	Jurnal Ekonomi dan Bisnis Volume 1 Nomor 1 Tahun 2014	Variabel dependen: CSR Variabel independen: agresivitas pajak Menggunakan ETR. Penelitian ini menggunakan variabel	Analisis Regresi OLS	Hasil penelitian menunjukkan bahwa agresivitas pajak perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Hak Cipta Diindungi 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.

				kontrol: ROA		
10.	Pengaruh hutang, <i>profitabilitas</i> , dan tanggung jawab lingkungan pada CSR Disclosure perusahaan pertambahan 2011-2013	N.I Putu Emmy Fibrianti, I Gede Supartha (2014)	Jurnal Akuntansi UDAYANA Volume II Nomor 2 Tahun 2015	Variabel dependen: CSR Variabel independen: hutang, profit, tanggung jawab lingkungan	Data panel dan model random effect	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel <i>profitabilitas</i> berpengaruh pada CSR disclosure.

Adapun penelitian yang mengkaitkan antara agresivitas pajak terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan masih minim. Saya tertarik sekali ingin meneliti hubungan antara agresivitas pajak dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Letak perbedaan penelitian saya dengan terdahulu yaitu:

1. Sampel perusahaan yang saya teliti yaitu pada sektor pertambangan
2. Periode pengamatan yang lebih panjang, laporan tahunan yang digunakan tahun 2012-2015
3. Menggunakan variabel independen agresivitas pajak (ETR), *profitabilitas* (ROA) dan ukuran perusahaan (*size*).

2.3 Tanggung Jawab Sosial dalam Perspektif Islam

Bisnis islami ialah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan (barang atau jasa) termasuknya profitnya, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram.

Dalam hal ini Allah SWT berfirman dalam surat Al Baqarah : 188 dan An

Nisaa' : 29 ;

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ

أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿١٨٨﴾

” Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu Mengetahui (Al Baqarah : 188)”

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ

تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

”Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kalian memakan harta-harta kalian di antara kalian dengan cara yang bathil, kecuali dengan perdagangan yang kalian saling ridhai. Dan janganlah kalian membunuh diri-

diri kalian, sesungguhnya Allah itu Maha Kasih Sayang kepada kalian (An – Nisaa' :29)''

Etika bisnis islam sebenarnya telah diajarkan Nabi Muhammad SAW, saat menjalankan perdagangan. Karakteristik Nabi Muhammad SAW sebagai pedagang adalah, selain dedikasi dan keuletannya juga memiliki sifat *shiddiq, fathanah, amanah, dan tabligh.*

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

2.4.1 Agresivitas Pajak dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Menurut Deegan, *dkk* (2002), teori legitimasi menunjukkan bahwa perusahaan yang agresif pajak akan cenderung mengungkapkan informasi tambahan terkait dengan kegiatan CSR di berbagai bidang dalam rangka meringankan perhatian publik serta mencari simpati dari masyarakat. Semakin tinggi tindakan agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan, diharapkan perusahaan dapat memaksimalkan pengungkapan CSR. Penelitian tersebut bertentangan dengan penelitian Guthrie dan Parker (1989). Deegan, *dkk* (2002)

Hak Cipta Diindungi 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.



menyimpulkan bahwa ada hubungan teori legitimasi yang mendasari tindakan agresivitas pajak. Serta terdapat penelitian yang dilakukan oleh Lanis dan Richardson pada tahun 2013 yang menguji pengaruh antara agresivitas pajak terhadap CSR untuk menguji teori legitimasi dan menunjukkan hasil yang positif. Sedangkan penelitian yang dilakukan Octaviana (2014) yang menguji pengaruh antara agresivitas pajak terhadap CSR untuk menguji teori legitimasi dan menunjukkan hasil yang negatif. Berdasarkan uraian di atas dan belum adanya arah konsistensi yang jelas mengenai hubungan agresivitas pajak terhadap CSR untuk menguji teori legitimasi, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H₁ : Agresivitas pajak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2.4.2 Profitabilitas Perusahaan dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

(Heinze, 1976 dalam Rendro Widayatmoko, 2011) 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 perusahaan. *Return on Assett* (ROA) merupakan ukuran efektifitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya. ROA juga merupakan pengukuran yang komprehensif dimana seluruhnya mempengaruhi laporan keuangan yang tercermin dari rasio ini.

Hak Cipta Diindungi 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.

Hubungan antara pengungkapan CSR dan *profitabilitas* perusahaan telah merefleksikan pandangan bahwa kepekaan sosial membutuhkan gaya *managerial* yang sama sebagaimana yang diperlukan untuk dapat membuat perusahaan menguntungkan (*profitable*). Pengungkapan CSR merupakan cerminan suatu pendekatan manajemen dalam menghadapi lingkungan yang dinamis dan *multidimensional* serta kemampuan untuk mempertemukan tekanan sosial dengan reaksi kebutuhan masyarakat. Dengan demikian, keterampilan manajemen perlu dipertimbangkan untuk *survive* dalam lingkungan perusahaan masa kini.

H₂ : Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2.4.3 Size Perusahaan dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.

Size perusahaan merupakan variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan yang dibuat. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Hal ini karena perusahaan besar akan menghadapi resiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil. Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial.

Size perusahaan bisa didasarkan pada jumlah aktiva (aktiva tetap, tidak berwujud dan lain-lain), jumlah tenaga kerja, volume penjualan dan kapitalisasi pasar. Pada penelitian ini *size* perusahaan dinyatakan dengan jumlah tenaga kerja yang dimiliki oleh perusahaan. Pengukuran ini dilakukan untuk mengetahui

Hak Cipta Diindungi 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.

bahwa semakin besar jumlah tenaga kerja yang dimiliki maka akan semakin besar pula tanggung jawab sosial yang harus diungkapkan. CSR bukan sekedar kegiatan amal, di mana CSR mengharuskan suatu perusahaan dalam pengambilan keputusannya agar dengan sungguh-sungguh memperhitungkan akibat terhadap seluruh pemangku kepentingan (*stakeholder*) perusahaan, termasuk karyawan. CSR dapat juga digunakan untuk membentuk suatu atmosfer kerja yang nyaman di antara para staf, terutama apabila mereka dapat dilibatkan dalam kegiatan-kegiatan yang mereka percayai bisa mendatangkan manfaat bagi masyarakat luas.

H3: Ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

H4: Agresivitas pajak, *profitabilitas*, dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2.5 Kerangka Pemikiran

Perusahaan-perusahaan besar cenderung melakukan penghematan pajak sebagai upaya untuk dapat membayar pajak seefisien mungkin, salah satunya dengan tindakan agresif pajak. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diperlukan sebagai wujud timbal balik kepada masyarakat yang mana, perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya tidak lepas dari lingkungan dan dukungan dari masyarakat.

Penelitian ini menggunakan variabel independen agresivitas pajak dengan menggunakan proksi *Effective Tax Rates* (ETR), *Profitabilitas* dengan proksi ROA dan Ukuran Perusahaan dengan proksi *total aset*. Variabel dependen pada

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

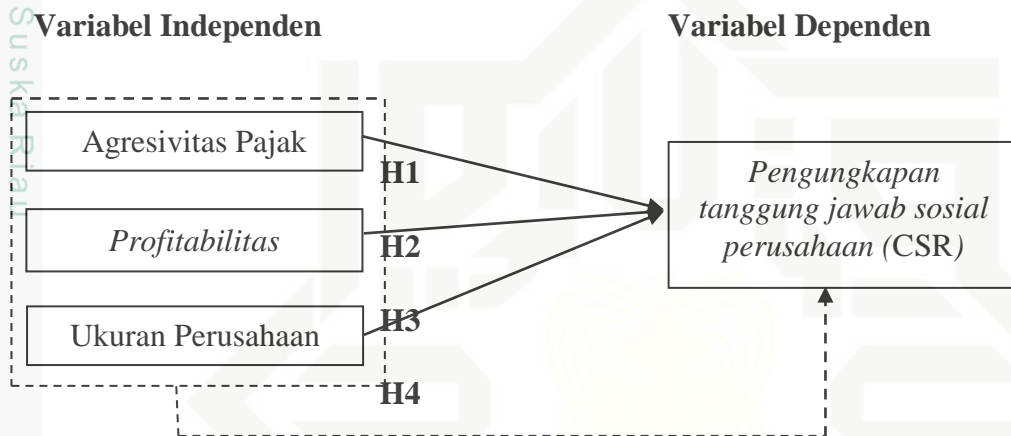
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

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.

penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Keterkaitan antar variabel tersebut akan dinyatakan dalam kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



Keterangan gambar:



- Hak Cipta Diindungi 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.