

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA BERFIKIR DAN

PERUMUSAN HIPOTESIS

A. Deskripsi Teoritis

1. Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate Social Responsibility dalam bahasa Indonesia dikenal dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Pada intinya, diartikan sebagai upaya perusahaan untuk meningkatkan kepedulian terhadap masalah sosial dan lingkungan dalam kegiatan usaha dan juga pada cara perusahaan berinteraksi dengan *stakeholder* yang dilakukan secara sukarela. Selain itu, CSR diartikan pula sebagai komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan dan masyarakat setempat (lokal) dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan. Definisi mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) sekarang ini sangatlah beragam. Seperti definisi CSR yang dikemukakan oleh *World Bank* sebagai berikut:

“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 the quality of life, in ways that are both good for business and good for development”⁷

Yang dimaksud didalam definisi adalah *CSR* merupakan suatu komitmen bisnis untuk berperan dalam pembangunan ekonomi yang dapat

⁷ Budhi Wibhawa, *Social Entrepreneurship Social Enterprise & Corporate Social Responsibility* (Bandung : Widya padjajaran, 2011), p. 89

bekerja dengan karyawan dan perwakilan mereka, masyarakat sekitar dan masyarakat yang lebih luas untuk memperbaiki kualitas hidup, dengan cara yang baik bagi bisnis maupun pengembangan. Menurut *The World Business Council for Sustainable Development*, defines *Corporate SoBcial Responsibility* adalah:

“Continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of workforce and their families as well as of the local community at large⁸”

Tanggung jawab perusahaan secara sosial merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak secara etnis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat secara luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjanya beserta seluruh keluarganya.

Pendapat di atas hampir sama diutarakan oleh Clement K menyatakan *corporate sosial responsibility* diartikan sebagai komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komuniti lokal dan masyarakat secara lebih luas⁹.

Upaya sungguh – sungguh dari entitas bisnis meminimumkan dampak negatif dan memaksimumkan dampak positif operasinya terhadap seluruh pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial dan lingkungan untuk

⁸ Budhi Wibhawa, *loc. cit.*

⁹ Bambang Rudito, *Corporate Social Responsibility: Jawaban Bagi Model Pembangunan Indonesia Masa Kini* (Jakarta: ICSD, 2005), p. 72

mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan, pengertian CSR menurut Lingkar Studi CSR Indonesia¹⁰.

Definisi CSR menurut Robins versi Uni Eropa adalah sebagai berikut:
“CSR is concept whereby companies intergrate social and environmental concern in their business operations and their interaction with atheir stakeholders on a voluntary basis.”¹¹

Definisi di atas merupakan salah satu definisi yang menggambarkan bahwa praktik CSR berhubungan dengan interaksi perusahaan dan *stakeholder* dengan dasar sukarela. Definisi lain menurut Kok.et al, CSR adalah sebagai berikut :

“the obligation of the firm to use its resources in ways to benefit socity, through commited participation as a member of society, taking into account the society at large, and improving welfare of society at large independently of direct gains of the company.”¹²

CSR adalah kewajiban perusahaan untuk menggunakan sumber dayanya dengan cara yang menguntungkan masyarakat melalui, berkomitmen partisipasi sebagai anggota masyarakat, dengan mempertimbangkan masyarakat luas, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat luas secara independen keuntungan langsung dari perusahaan.

Menurut Darwin Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan *atau Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan

¹⁰ Budhi Wibhawa, *loc. cit.*

¹¹ Budhi Wibhawa, *op. cit.*, p.89

¹² Sidharta Utama “Seminar Evaluasi Infrastruktur Pendukung Pelaporan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan di Indonesia” (24 Juni 2012)

stakeholders, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum¹³.

Dari pendapat yang telah diuraikan di atas dapat ditarik kesimpulan inti dari CSR yaitu:

- 1) Perusahaan harus mempunyai perhatian terhadap persoalan sosial dan lingkungan.
- 2) Berdasarkan prinsip sukarela.
- 3) Kegiatan bisnis dan interaksi dengan para pemangku kepentingan harus memperhatikan persoalan sosial dan lingkungan.
- 4) Memperhatikan kepentingan *stakeholders'* dengan harapan memberikan manfaat/kesejahteraan bagi masyarakat.

Menurut Gray et al perusahaan bertanggung jawab secara sosial ketika manajemennya memiliki visi atas kinerja operasionalnya, tidak hanya mengutamakan atas laba perusahaan tetapi juga dalam menjalankan aktivitasnya, memperhatikan lingkungan yang ada disekitarnya¹⁴. Ruang lingkup tanggung jawab sosial (CSR) antara lain: (a) *Basic Responsibility*, tanggung jawab yang muncul karena keberadaan perusahaan. Contohnya kewajiban membayar pajak, mentaati hukum, memenuhi standar pekerjaan, dan memuaskan pemegang saham. (b) *Organizational Responsibility*, tanggung jawab perusahaan untuk memenuhi kepentingan stakeholder, yaitu karyawan, konsumen, pemegang saham dan masyarakat.

¹³ Kartika Hendra Titisari, “*Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Kinerja Perusahaan*”, Jurnal Dinamika Manajemen, Vol. 1. No, 1, November 2009, p. 34

¹⁴ Murwaningsari, “*Hubungan Corporate Governance, Corporate Social Responsibility*”, Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol. 11 No. 1, Mei 2009, p. 33

(c) *Societal Responsibility*, tanggung jawab yang menjelaskan tahapan ketika interaksi antara bisnis dan masyarakat sehingga perusahaan dapat tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan. Dalam ini perusahaan tidak hanya mengutamakan keuntungan tetapi memperhatikan lingkungan disekitar perusahaan dalam menjalankan aktivitas operasional.

Effendi menyatakan ada empat manfaat yang diperoleh perusahaan jika mengimplementasikan CSR adalah sebagai berikut:

- a. Keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan dan perusahaan mendapatkan citra (*image*) yang positif dari masyarakat luas.
- b. Perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap kapital (modal).
- c. Perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia (*human resources*) yang berkualitas.
- d. Perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis (*critical decision making*) dan mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*)¹⁵.

Menurut Wibisono perusahaan memperoleh beberapa keuntungan karena menerapkan tanggung jawab sosialnya antara lain: untuk mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan *brand image* perusahaan, layak mendapatkan ijin untuk beroperasi, mereduksi risiko bisnis perusahaan, melebarkan akses ke sumber daya, membentangkan akses menuju *market*, mereduksi biaya, memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*, memperbaiki hubungan dengan regulator, dan meningkatkan semangat dan produktifitas karyawan¹⁶. Dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social*

¹⁵ Effendi, M. A. 2009. *The Power of Good Corporate Governance: Teori dan implementasi*. Jakarta: Salemba Empat, p55

¹⁶ Ronny Irawan, "Model-model Tanggung Jawab Sosial dan Aspek Perpajakannya", *Jurnal Akuntansi Kontemporer*, Vol. 1 No. 1, Januari 2009, p. 49

Responsibility) terdapat kelompok pro dan kontra tersebut adalah sebagai berikut¹⁷ :

**Bagan 2.1 Pro dan Kontra Pelaksanaan
Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

No.	Pandangan Kelompok yang Pro terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	Pandangan yang Kontra terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan
1.	Kegiatan bisnis seringkali menimbulkan masalah, oleh karena itu sudah semestinyalah perusahaan bertanggung jawab atas apa yang telah dilakukannya	Perusahaan tidak memiliki ahli yang mengkhususkan dalam bidang sosial dan kemasyarakatan, oleh karena itu sulit bagi perusahaan untuk ikut bertanggung jawab
2.	Perusahaan adalah bagian dari lingkungan sosial; masyarakat, oleh karena itu sudah semestinya ikut berpartisipasi dan bertanggung jawab atas apa yang terjadi di masyarakat	Perusahaan yang ikut berpartisipasi dan bertanggung jawab dalam lingkungan sosial masyarakat justru akan memiliki kekuatan untuk mengontrol masyarakat, dan itu indikasi yang kurang baik
3.	Perusahaan biasanya memiliki sumber daya untuk menyelesaikan masalah di lingkungan sosial masyarakat	Akan banyak terdapat konflik kepentingan di masyarakat jika perusahaan terlibat aktivitas sosial
4.	Perusahaan adalah partner dari lingkungan sosial kemasyarakatan, sebagaimana halnya juga pemerintah dan masyarakat lain pada umumnya	Tujuan perusahaan bukan untuk motif sosial, akan tetapi untuk memperoleh profit dan mencapai tujuan yang diharapkan oleh para pemilik perusahaan

Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat dilihat dari dua sudut pandang yang berbeda. Konsep pertama menyatakan bahwa tujuan perusahaan adalah mencari laba, sehingga CSR merupakan sebuah strategi dalam operasi bisnis. Sedangkan konsep yang kedua menyatakan bahwa tujuan dari perusahaan mencari laba (*Profit*), menyejahterakan orang (*People*) dan menjamin keberlanjutan hidup dari planet (*Planet*). Milton

¹⁷ Budhi Wibhawa, *op. cit*, p. 202

Friedman menolak dengan tegas CSR. Menurutnya, tugas perusahaan adalah mencari untung. Perusahaan adalah insititusi bisnis, bukan sosial. Masalah sosial adalah tanggung jawab pemerintah¹⁸.

Pendapat lain dikemukakan oleh Elington menyatakan bahwa perusahaan yang ingin berkelanjutan haruslah memperhatikan 3P (*Profit, People, and Planet*). Selain mengejar *profit*, perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) serta turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). Dalam gagasan tersebut, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu aspek ekonomi yang direfleksikan dalam kondisi finansialnya saja, namun juga memperhatikan aspek sosial dan lingkungannya¹⁹.

Pendapat di atas diperkuat Daniri menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines* yaitu selain aspek *financial* juga aspek sosial dan lingkungan. Lebih lanjut ia mengungkapkan bahwa korporasi bukan lagi sebagai entitas yang hanya mementingkan dirinya sendiri saja sehingga teralienasi atau mengasingkan diri dari lingkungan masyarakat di tempat mereka bekerja, melainkan sebuah entitas usaha yang wajib melakukan adaptasi cultural dengan lingkungan sosialnya.

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan konsep tanggung jawab sosial perusahaan adalah:

¹⁸ Abdon Nababan, *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Berdimensi HAM* (Jakarta: Komnas Ham, 2006), p. 38

¹⁹ Yusuf Wibisono, *op. cit.*, p. 32

- 1) Bisnis adalah bagian dari masyarakat.
- 2) Perusahaan adalah institusi bisnis dan juga institusi sosial.
- 3) Selain ada resiko, bisnis mendapat untung dari masyarakat.

Menurut Daniri CSR dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para strategi *stakeholdersnya*, terutama komunitas atau masyarakat disekitar wilayah kerja dan operasinya²⁰.

Menurut Gray et al mendefinisikan CSR, proses komunikasi sosial dan lingkungan dari organisasi ekonomi terhadap kelompok tertentu di masyarakat dan masyarakat luas. Melibatkan tanggung jawab organisasi (terutama perusahaan), di luar tanggung jawab keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham. Perusahaan mempunyai tanggung jawab lebih luas dibanding hanya untuk mencari uang bagi pemegang saham.

Dari beragam definisi CSR, ada satu kesamaan bahwa CSR tidak bisa lepas dari kepentingan *shareholder* dan *stakeholder* perusahaan. Mereka adalah pemilik perusahaan, karyawan, masyarakat, negara dan lingkungan. Konsep inilah yang kemudian diterjemahkan oleh John Elkington sebagai *triple bottom line*, yaitu *Profit, People, dan Planet*. Maksudnya tujuan CSR harus mampu meningkatkan laba perusahaan, menyejahterakan karyawan dan masyarakat, sekaligus meningkatkan kualitas lingkungan.

²⁰ Daniri, *Standarisasi Tanggung Jawab Sosial perusahaan* (Bag I), <http://www.madani-ri.com/2008/01/17/standarisasi-tanggung-jawab-sosial-perusahaan-bag-i/>, (Diakses tanggal 17 Januari 2008)

1.1. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Pengungkapan (*disclosure*) didefinisikan sebagai penyediaan sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian optimal pasar modal secara efisien.²¹ Dalam interpretasi yang lebih luas, pengungkapan terkait dengan informasi baik yang terdapat dalam laporan keuangan maupun komunikasi tambahan (*supplementary communication*) yang terdiri dari catatan kaki, informasi tentang kejadian setelah tanggal laporan, analisis manajemen lainnya.

Menurut Sembiring pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai *social disclosure*, atau *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 keseluruhan²².

Menurut Pratiwi dan Djahuri mengartikan pengungkapan sosial sebagai suatu pelaporan atau penyampaian informasi kepada *stakeholders* mengenai segala aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan sosialnya²³.

Informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*), yang merupakan pengungkapan minimum yang harus diungkapkan (diwajibkan peraturan) dan pengungkapan sukarela

²¹ Eldon S. Hendriksen, *Teori Akuntansi*, Edisi 7, Jilid 2 (Jakarta: Erlangga, 1999), p. 203

²² Kartika Hendra Titisari, *loc. cit.*

²³ Kartika Hendra Titisari, *op. cit.*, p. 35

(*voluntary disclosure*) yang merupakan pengungkapan yang tidak diwajibkan oleh peraturan yang berlaku, di mana perusahaan bebas memilih jenis informasi yang diungkapkan yang sekiranya dapat mendukung dalam mengambil keputusan.

Bentuk kegiatan yang harus dilakukan perusahaan sebagai suatu keterlibatan sosial atau tanggung jawab sosial tidak dapat dijelaskan secara pasti karena bentuk tanggung jawab sosial atau keterlibatan sosial yang dilakukan perusahaan tergantung pada lingkungan sosial, bentuk masyarakat, sifat dan keadaan tertentu yang berbeda dari satu masyarakat dengan masyarakat lain. Namun, beberapa lembaga dan para ahli telah mencoba untuk merumuskan beberapa bentuk kegiatan yang dapat dilakukan perusahaan sebagai bukti keterlibatan sosial. Bentuk kegiatan itu adalah:

1. Lingkungan Hidup, meliputi: perbaikan pengrusakan alam atau konservasi alam, keindahan lingkungan, pengurangan suara bising, penggunaan tanah, pengelolaan tanah, pengelolaan sampah dan air limbah, riset dan pengembangan lingkungan, kerja sama dengan pemerintah dan universitas, pembangunan lokasi rekreasi dan lain – lain, Energi, meliputi: konservasi energi yang dilakukan perusahaan, penghematan energy dalam proses produksi dan lain – lain.
2. Sumber daya manusia dan pendidikan, meliputi: keamanan dan kesehatan karyawan, pendidikan karyawan, kebutuhan keluarga dan rekreasi karyawan, menambah dan memperluas hak – hak karyawan, usaha untuk

mendorong partisipasi, perbaikan pension, beasiswa, bantuan pada sekolah, pendirian sekolah, membantu pendidikan tinggi, riset dan pengembangan, pengangkatan pegawai dari kelompok miskin, minoritas, peningkatan karier karyawan dan lain – lain.

3. Praktik bisnis yang jujur, meliputi: memerhatikan hak – hak karyawan, peranan wanita, jujur dalam iklan, pemberian kredit, servis yang memuaskan, produk yang sehat, jaminan kepuasan langganan, selalu mengontrol kualitas produk dan lain – lain.
4. Membantu masyarakat lingkungan, meliputi: memanfaatkan tenaga ahli perusahaan dalam mengatasi masalah sosial di lingkungannya, tidak campur tangan dalam struktur masyarakat, membangun klinik kesehatan, sekolah, rumah ibdah, perbaikan desa/lota, sumbangan untuk kegiatan sosial masyarakat, perbaikan perumahan desa, bantuan dana, sosial, gempa bumi, banjir perbaikan sarana pengangkutan umum, pasar dan lain – lain.
5. Kegiatan Seni dan Kebudayaan, meliputi: membantu lembaga seni dan budaya, sponsor kegiatan seni dan budaya, penggunaan seni dan budaya dalam iklan, merekrut tenaga yang berbakat seni olahraga dan lain – lain.
6. Hubungan dengan pemegang saham, meliputi: sifat keterbukaan direksi pada semua persero, peningkatan pengungkapan informasi dalam laporan keuangan, pengungkapan keterlibatan perusahaan dalam kegiatan sosial dan lain – lain.
7. Hubungan dengan pemerintah, meliputi: menaati peraturan pemerintah, membatasi kegiatan lobbying, mengontrol kegiatan politik perusahaan,

membantu lembaga pemerintah sesuai dengan kemampuan perusahaan, membantu secara umum usaha peningkatan kesejahteraan sosial masyarakat, membantu proyek dan kebijaksanaan pemerintah, peningkatan produktivitas sector informal, pengembangan dan inovasi manajemen, menghindari praktik KKN dan lain – lain²⁴.

Isu mengenai CSR terkait erat dengan sustainability reporting. GRI merupakan salah satu dari lembaga yang serius menangani permasalahan yang berhubungan dengan sustainability. Sustainability reporting merupakan praktik pengukuran, pengungkapan, dan pertanggungjawaban kepada *stakeholders* internal dan eksternal perusahaan terkait dengan kinerja pencapaian tujuan keberlangsungan perusahaan. sustainability reporting merupakan terminology yang luas mengenai pengungkapan kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial (misalnya *Triple bottom Line*, *Corporate Social Responsibility*, dan lain – lain)²⁵.

Sustainability Reporting meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi. *Sustainability Report* harus menjadi dokumen strategik yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *Sustainability Development* yang membawanya menuju kepada bisnis utama (*core business*) dan sektor industrinya. Salah satu panduan pelaporan yang banyak digunakan sebagai

²⁴Ricky Ivan Anggono, Jesica Handoko, “Pengaruh Profitabilitas, kepemilikan Institusional Dan Kepemilikan Asing Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Pertambangan Di Bursa Efek Indonesia”, *Jurnal Akuntansi Kontemporer*”, Vol. 1, No. 2, Juli 2009, p. 77-78

²⁵ Yuliana, Purnomosidhi, Sukoharsono, “Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Dampaknya Terhadap Reaksi Investor”, *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 5, No. 2, Desember 2008, p. 245-276

standar pelaporan saat ini oleh perusahaan untuk mendukung pembangunan berkesinambungan yang digagas oleh PBB lewat *Coalition for Environmentally Responsible Economies* (CERES) dan UNEP pada tahun 1997 adalah *Global Reporting Initiative* (GRI).

Tabel 2.2 Indikator Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial GRI²⁶

A	Ekonomi	Pengungkapan
	Aspek : Kinerja Ekonomi	EC 1 Nilai ekonomi yang dihasilkan dan didistribusikan secara langsung, termasuk pendapatan, biaya operasi, kompensasi kepada karyawan, donasi dan investasi ke masyarakat, laba ditahan serta pembayaran ke penyedia modal dan pemerintah. EC 2 Implikasi keuangan dan berbagai risiko dan peluang untuk segala aktivitas perusahaan dalam menghadapi perubahan iklim. EC 3 Daftar cakupan kewajiban perusahaan dalam perubahan iklim. EC 4 Bantuan keuangan finansial signifikan yang diperoleh dari pemerintah.

²⁶ Indikator GRI (2006) dalam www.globalreporting.org (Diakses tanggal 2 Agustus 2012)

	Aspek : Kehadiran Pasar	EC 5 Parameter standar upah karyawan di jenjang awal dibandingkan dengan upah karyawan minimum yang berlaku pada lokasi operasi tertentu. EC 6 Kebijakan, penerapan dan pembagian pembelanjaan pada subkontraktor (mitra kerja) setempat yang ada di berbagai lokasi operasi. EC 7 Prosedur penerimaan tenaga kerja lokal dan beberapa orang di level manajemen senior yang diambil dari komunitas setempat di beberapa lokasi operasi.
	Aspek : Dampak Ekonomi Tidak Langsung	EC 8 Pengembangan dan dampak dari investasi infrastruktur dan pelayanan yang disediakan terutama bagi kepentingan publik melalui perdagangan, jasa dan pelayanan atau pun yang sifatnya pro bono. EC 9 Pemahaman dan penjelasan atas dampak ekonomi secara tidak langsung, termasuk luasan dampak.
B	Lingkungan (EN)	Pengungkapan
	Aspek : Bahan	EN 1 Material yang digunakan dan diklasifikasikan berdasarkan berat dan ukuran. EN 2

		Persentase material bahan daur ulang yang digunakan.
	Aspek : Energi	<p>EN 3 Pemakaian energi yang berasal dari sumber utama baik secara langsung maupun tidak langsung.</p> <p>EN 4 Pemakaian energi yang berasal dari sumber utama secara tidak langsung.</p> <p>EN 5 Energi yang berhasil dihemat berkat adanya efisiensi dan konservasi yang lebih baik.</p> <p>EN 6 Inisiatif penyediaan produk dan jasa yang menggunakan energi efisien atau sumber daya terbarukan, serta pengurangan penggunaan energi sebagai dampak dari inisiatif ini.</p> <p>EN 7 Inisiatif dalam hal pengurangan pemakaian energi secara tidak langsung dan pengurangan yang berhasil dilakukan.</p>
	Aspek : Air	<p>EN 8 Total pemakaian air dari sumbernya.</p> <p>EN 9 Pemakaian air yang member dampak cukup signifikan pada sumber mata air.</p> <p>EN 10 Persentase dan total jumlah air yang didaur</p>

		ulang dan digunakan kembali.
	Aspek : Keanekaragaman Hayati	<p>EN 11 Lokasi dan luas lahan yang dimiliki, disewakan, dikelola, atau berdekatan dengan area yang dilindungi dan area dengan nilai keanekaragaman hayati yang tinggi di luar area yang dilindungi.</p> <p>EN 12 Deskripsi dampak signifikan yang ditimbulkan oleh aktivitas, produk, dan jasa pada keanekaragaman hayati yang ada di wilayah yang dilindungi serta area dengan nilai keanekaragaman hayati di luar wilayah yang dilindungi.</p> <p>EN 13 Habitat yang dilindungi atau dikembalikan kembali.</p> <p>EN 14 Strategi, aktivitas saat ini dan rencana masa depan untuk mengelola dampak terhadap keanekaragaman hayati.</p> <p>EN 15 Jumlah spesis IUCN red List dan spesies yang masuk dalam daftar konservasi nasional dengan habitat di wilayah yang terkena dampak operasi, berdasarkan risiko kepunahan.</p>

	<p>Aspek : Emisi, Efluen, dan Limbah</p>	<p>EN 16 Total emisi gas rumah kaca secara langsung dan tidak langsung yang diukur berdasarkan berat.</p> <p>EN 17 Emisi gas rumah kaca secara tidak langsung dan revealed yang diukur berdasarkan berat.</p> <p>EN 18 Insentif untuk mengurangi emisi gas rumah kaca dan pengurangan yang berhasil dilakukan.</p> <p>EN 19 Emisi dari substansi merusak lapisan ozon yang diukur berdasarkan berat.</p> <p>EN 20 NOx, Sox dan emisi udara lain yang signifikan dan diklasifikasikan berdasarkan jenis dan berat.</p> <p>EN 21 Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan.</p> <p>EN 22 Total berat dari limbah yang diklasifikasikan berdasarkan jenis dan metode pembuangan.</p> <p>EN 23 Total biaya dan jumlah yang tumpah.</p> <p>EN 24 Berat dari limbah yang ditransportasikan, diimpor, diekpor atau diolah yang diklasifikasikan berbahaya berdasarkan</p>
--	--	---

		<p>Basel Convention Annex I, II, III, dan VIII, dan persentase limbah yang dikapalkan secara internasional.</p> <p>EN 25 Identitas, ukuran, status yang dilindungi dan nilai keanekaragaman hayati yang terkandung di dalam air dan habitat yang ada disekitarnya secara signifikan terkena dampak akibat adanya laporan mengenai kebocoran dan pemborosan air yang dilakukan oleh perusahaan.</p>
	Aspek : Produk dan Layanan	<p>EN 26 Inisiatif untuk mengurangi dampak buruk pada lingkungan yang diakibatkan oleh produk dan jasa, dan memperluas dampak inisiatif ini.</p> <p>EN 27 Persentase dari produk yang terjual, dan materi kemasan dikembalikan berdasarkan kategori.</p>
	Aspek : Kepatuhan	<p>EN 28 Nilai moneter dari denda dan jumlah biaya sanksi – sanksi akibat adanya pelanggaran terhadap peraturan dan hukum lingkungan hidup.</p>
	Aspek : Transportasi	<p>EN 29 Dampak signifikan terhadap lingkungan yang diakibatkan adanya</p>

		transportasi produk, benda lain dan materi yang digunakan perusahaan dalam operasinya mengirim para pegawainya.
	Aspek : Secara Keseluruhan	EN 30 Jumlah biaya untuk perlindungan lingkungan dan investasi berdasarkan jenis kegiatan.
C	HAM (HR)	Pengungkapan
	Aspek : Investasi dan Pengadaan Pratek	HR 1 Persentase dan total jumlah perjanjian investasi yang ada dan mencakup pasal mengenai hak asasi manusia atau telah melalui evaluasi mengenai hak asasi manusia. HR 2 Persentase dari mitra kerja dan pemasok yang telah melalui proses seleksi berdasarkan prinsip – prinsip HAM yang telah dijalankan. HR 3 Total jumlah waktu pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur yang terkait dengan aspek HAM yang berhubungan dengan prosedur kerja, termasuk persentase pegawai yang dilatih.
	Aspek : Non – diskriminasi	HR 4 Total jumlah kasus diskriminasi dan langkah penyelesaian masalah yang diambil.

	Aspek : Kebebasan Berserikat dan Kolektif Perundingan	HR 5 Prosedur kerja yang teridentifikasi di mana hak untuk melatih kebebasan berserikat dan perundingan bersama menjadi berisiko dan langkah yang diambil untuk mendukung hak kebebasan berserikat tersebut.
	Aspek : Pekerja Anak	HR 6 Prosedur kerja yang teridentifikasi memiliki risiko akan adanya pekerja anak dan langkah yang diambil untuk menghapuskan pekerja anak.
	Aspek : Paksa dan Wajib Kerja	HR 7 Prosedur kerja yang teridentifikasi memiliki risiko akan adanya pegawai tetap dan kontrak, dan langkah yang diambil untuk menghapuskan pegawai tetap.
	Aspek : Keamanan Pratek	HR 8 Persentase petugas keamanan yang dilatih sesuai dengan kebijakan atau prosedur perusahaan yang terkait dengan aspek HAM dan prosedur kerja.
	Aspek : Hak Adat	HR 9 Total jumlah kasus pelanggaran yang berkaitan dengan hak masyarakat adat dan langkah yang diambil.

D	Pratek Tenaga Kerja dan Pekerjaan yang Layak (LA)	Pengungkapan
	Aspek : Pekerjaan	<p>LA 1 Komposisi jumlah tenaga kerja berdasarkan tipe pekerjaan, kontrak kerja dan lokasi.</p> <p>LA 2 Jumlah total dan rata – rata turnover tenaga kerja berdasarkan kelompok usia, jenis kelamin dan area.</p> <p>LA 3 Benefit yang diberikan kepada pegawai tetap.</p>
	Aspek : Buruh dan Manajemen Hubungan	<p>LA 4 Persentase pegawai yang dijamin oleh ketetapan hasil negosiasi yang dibuat secara kolektif.</p> <p>LA 5 Batas waktu minimum pemberitahuan yang terkait mengenai perubahan kebijakan operasional, termasuk mengenai apakah hal tersebut akan tercantum dalam perjanjian bersama.</p>
	Aspek : Kesehatan Kerja dan Keselamatan	<p>LA 6 Persentase total pegawai yang ada dalam struktur formal manajemen, yaitu komite keselamatan dan kesehatan dan kesehatan kerja.</p> <p>LA 7 Tingkat dan jumlah kecelakaan, jumlah hari hilang, dan tingkat absensi yang ada dilihat berdasarkan area.</p>

		<p>LA 8 Program pendidikan, pelatihan, pembimbingan, pencegahan dan pengendalian risiko diadakan untuk membantu pegawai, keluarga mereka dan lingkungan sekitar dalam menanggulangi penyakit serius.</p> <p>LA 9 Hal – hal mengenai keselamatan dan kesehatan kerja tercantum secara formal dan tertulis dalam sebuah perjanjian bersama serikat pekerja.</p>
	Aspek : Pelatihan dan Pendidikan	<p>LA 10 Jumlah waktu rata – rata untuk pelatihan setiap tahunnya, setiap pegawai berdasarkan kategori pegawai.</p> <p>LA 11 Program keterampilan manajemen dan pendidikan jangka panjang yang mendukung kecakapan para pegawai dan membantu mereka untuk maju dan terus berkarir.</p> <p>LA 12 Persentase dari para pegawai yang menerima penilaian atas performa dan perkembangan karir mereka mereka secara berkala.</p>
	Aspek : Keragaman dan Kesetaraan Kesempatan	<p>LA 13 Komposisi badan tata kelola dan penjabaran pegawai berdasarkan</p>

		<p>kategori seperti jenis kelamin, usia, kelompok minoritas dan indikasi keanekaragaman lainnya.</p> <p>LA 14</p> <p>Perbandingan upah standar antara pria dan wanita berdasarkan kategori pegawai.</p>
E	Tanggung Jawab Produk(PR)	Pengungkapan
	Aspek : Pelanggan Kesehatan dan Keselamatan	<p>PR 1</p> <p>Proses dan tahapan kerja dalam mempertahankan kesehatan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan produk atau jasa yang dievaluasi untuk perbaikan dan persentase dari kategori produk dan jasa yang terkait dalam prosedur tersebut.</p> <p>PR 2</p> <p>Jumlah total kasus pelanggaran kebijakan dan mekanisme kepatuhan yang terkait dengan kesehatan dan keselamatan konsumen dalam keseluruhan proses, diukur berdasarkan hasil akhirnya.</p>
	Aspek : Produk dan Layanan Pelabelan	<p>PR 3</p> <p>Jenis informasi produk dan jasa yang dibutuhkan dalam prosedur kerja, dan persentase produk dan jasa yang terkait dalam prosedur tersebut.</p> <p>PR 4</p> <p>Jumlah total kasus pelanggaran kebijakan</p>

		<p>dan mekanisme kepatuhan yang terkait dengan informasi produk dan jasa, dan pelabelan, diukur berdasarkan hasil akhirnya.</p> <p>PR 5</p> <p>Praktek – pratek yang terkait dengan kepuasan konsumen, termasuk hasil survey evaluasi kepuasan konsumen.</p>
	Aspek : Komunikasi Pemasaran	<p>PR 6</p> <p>Program – program yang mendukung adanya standar hukum dan mekanisme kepatuhan yang terkait dengan komunikasi penjualan, termasuk iklan, promosi dan bentuk kerjasama.</p> <p>PR 7</p> <p>Jumlah total kasus pelanggaran kebijakan dan mekanisme kepatuhan yang terkait dengan komunikasi, penjualan, termasuk iklan, promosi dan bentuk kerjasama, diukur berdasarkan hasil akhirnya.</p>
	Aspek : Privasi Pelanggan	<p>PR 8</p> <p>Jumlah total pengaduan yang tervalidasi yang berkaitan dengan pelanggaran privasi konsumen dan data konsumen yang hilang.</p>
	Aspek : Kepatuhan	<p>PR 9</p> <p>Nilai moneter dari denda dan jumlah biaya sanksi – sanksi akibat pelanggaran</p>

		hukum dan kebijakan yang terkait dengan pengadaan dan penggunaan produk dan jasa.
F	Masyarakat (SO)	Pengungkapan
	Aspek : Masyarakat	SO 1 Sifat, cakupan, dan keefektifan atas program & kegiatan apapun yang menilai & mengelola dampak operasi terhadap masyarakat, termasuk saat memasuki wilayah operasi, selama beroperasi & pasca operasi.
	Aspek : Korupsi	SO 2 Persentase dan total jumlah unit usaha yang dianalisa memiliki risiko terkait tindak penyuapan dan korupsi. SO 4 Langkah yang diambil dalam mengatasi kasus tindak penyuapan dan korupsi.
	Aspek : Kebijakan Publik	SO 5 Deskripsi kebijakan umum dan kontribusi dalam pengembangan kebijakan umum dan prosedur lobi. SO 6 Perolehan keuntungan secara finansial dan bentuk keuntungan lainnya yang diperoleh dari hasil kontribusi kepada partai politik, politisi dan instansi terkait oleh Negara.

	Aspek : Anti – Perilaku Kompetitif	SO 7 Total jumlah tindakan hukum terhadap sikap anti kompetisi dan pratek monopoli dan kecurangan – kecurangan yang dihasilkan dari pratek – pratek tersebut.
	Aspek : Pemenuhan	SO 8 Nilai moneter dari denda dan jumlah biaya sanksi – sanksi akibat pelanggaran hukum dan kebijakan.

Sumber : *Global Reporting Initiative (GRI) (2006)*

Keterangan Global Reporting Initiative (GRI) didapat 79 item pengungkapan dalam 6 kategori seperti berikut:

1. Tema ekonomi sebanyak 9 item
2. Tema lingkungan sebanyak 30 item
3. Tema HAM sebanyak 9 item
4. Tema Pratek Tenaga Kerja dan Pekerjaan yang Layak sebanyak 14 item
5. Tema Produk sebanyak 9
6. Tema masyarakat sebanyak 8 item

Pengungkapan CSR diukur dengan proksi CSRDI Pengungkapan CSRDI mengacu pada penelitian Haniffa, dkk, yang menggunakan content analysis dalam mengukur variety dari CSRDI. Pendekatan ini pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item CSR dalam instrument penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan.

Selanjutnya, skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Rumus perhitungan CSRDI adalah:

$$\text{CSRDI}_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j} \times 100\%^{27}$$

Ket:

CSRDI_j : Corporate Social Responsibility Disclosure Index perusahaan j,

n_j : jumlah item untuk perusahaan j, $n_j \leq 79$

$\sum X_{ij}$: *dummy variable* : 1 = jika item I diungkapkan; 0 = jika item I tidak diungkapkan. Dengan demikian, $0 \leq \text{CSRDI}_j \leq 1$.

2. Ukuran Perusahaan

Menurut Ferry dan Jones, ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, jumlah penjualan, rata – rata total penjualan dan rata – rata total aktiva. Jadi, ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya *asset* yang dimiliki oleh perusahaan²⁸.

Menurut Consolandi, ukuran perusahaan dapat mempengaruhi kinerja sosial perusahaan karena perusahaan yang besar mempunyai pandangan yang lebih jauh, sehingga lebih berpartisipasi dalam menumbuhkan kinerja sosial perusahaan. Hal ini dapat terjadi karena perusahaan yang berada pada tahap yang matang menarik lebih banyak perhatian dari pihak eksternal dan perlu untuk merespon permintaan *stakeholder* secara

²⁷ Lisna Untari, “*Effect On Company Characteristic Corporate Social Responsibility Disclosures in Corporate annual Report Of consumption Listed In Indonesia Stock Exchange*”, Gunadarma University, 2010, p. 4

²⁸ Khoirunnisa, Amilin, “Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Tingkat Pengungkapan Sosial Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta”. E-Journal Jurnal Akuntabilitas 2010 Jakarta

terbuka. Sebagai tambahan, perusahaan kecil masih membutuhkan dukungan untuk tumbuh, sehingga orientasi strategi mereka masih terfokus pada mencari keamanan finansial daripada tanggung jawab sosial²⁹.

Menurut Miswanto dan Husnan, ukuran perusahaan dapat diukur menggunakan total assets, penjualan atau ekuitas³⁰. Jika jumlah asset, penjualan atau ekuitas tersebut besar, maka logaritma terhadap jumlah tersebut digunakan untuk tujuan penelitian. Dimana perusahaan besar yang memiliki biaya yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya tersebut. Di samping itu perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan.

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara, antara lain : total aktiva, jumlah tenaga kerja, log size, nilai pasar saham, dan lain – lain. Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi dalam 3 kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium size*) dan perusahaan kecil (*small firm*)³¹.

²⁹ Khoirunnisa, Amilin, *loc. cit.*

³⁰ Lisna Untari, *loc. cit.*

³¹ Edy Suwito, Arleen Herawaty, “Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Tindakan Perataan Laba Yang Dilakukan Oleh Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta”, Jurnal SNA 8 Solo, September 2005, p. 138

Penelitian ini, menggunakan total aktiva (*total asset*) yang dimiliki perusahaan sebagai proksi dari ukuran perusahaan sebagai variabel independen.

Berdasarkan proporsi keuntungan perusahaan dan besarnya anggaran CSR, perusahaan bisa dikelompokkan ke dalam empat kategori, yakni Perusahaan Lemah, Pelit, Reformasi dan Dermawan. Dilihat dari tujuan CSR, yakni apakah untuk pemberdayaan atau promosi, ada empat kategori perusahaan, mulai dari Perusahaan Pasif, Agresif, Impresif dan Progresif³².

Berdasarkan proporsi keuntungan perusahaan dan besarnya anggaran CSR:

1. Perusahaan Minimalis. Perusahaan yang memiliki profit dan anggaran CSR rendah. Perusahaan kecil dan lemah biasanya termasuk kategori ini.
2. Perusahaan Ekonomis. Perusahaan yang memiliki keuntungan tinggi, namun anggaran CSR-nya rendah. Perusahaan besar, namun pelit.
3. Perusahaan Humanis. Meskipun profit perusahaan rendah, proporsi anggaran CSR-nya relative tinggi. Disebut perusahaan dermawan atau baik hati.
4. Perusahaan Reformis. Perusahaan yang memiliki profit dan anggaran CSR tinggi. Perusahaan seperti ini memandang CSR bukan sebagai beban, melainkan sebagai peluang untuk lebih maju.

³² Edi Suharto, PhD., *CSR & COMDEV Investasi Kreatif Perusahaan Di Era Globalisasi* (Bandung: Alfabeta, 2010), p. 40-42

Berdasarkan tujuan CSR: apakah untuk promosi atau pemberdayaan masyarakat:

1. Perusahaan Pasif. Perusahaan yang menerapkan CSR tanpa tujuan jelas: bukan untuk promosi, bukan pula untuk pemberdayaan. Sekedar melakukan kegiatan karitatif. Perusahaan seperti ini melihat promosi dan CSR sebagai hal yang kurang bermanfaat bagi perusahaan.
2. Perusahaan Impresif. CSR lebih diutamakan untuk promosi daripada untuk pemberdayaan. Perusahaan seperti ini lebih mementingkan “tebar pesona” ketimbang “tebar karya”.
3. Perusahaan Agresif. CSR lebih ditujukan untuk pemberdayaan ketimbang promosi. Perusahaan seperti ini lebih mementingkan karya nyata ketimbang tebar pesona.
4. Perusahaan Progresif. Perusahaan menerapkan CSR untuk tujuan promosi dan sekaligus pemberdayaan. Promosi dan CSR dipandang sebagai kegiatan yang bermanfaat dan menunjang satu-sama lain bagi kemajuan perusahaan.

Meskipun cenderung menyederhanakan realitas, menggambarkan kemampuan dan komitmen perusahaan dalam menjalankan CSR. Pengkategorian dapat memotivasi perusahaan dalam mengembangkan program CSR. Dapat pula dijadikan cermin dan guideline untuk menentukan model CSR yang tepat. Tentu saja, dalam kenyataannya, kategori ini bisa saja saling bertautan.

Ukuran perusahaan diukur dari *total asset* yang dimiliki perusahaan yang diperoleh dari tahunan perusahaan. Ukuran perusahaan yang diukur dengan *total asset* akan ditransformasikan dalam logaritma untuk menyamakan dengan variabel Y karena *total asset* perusahaan nilainya relatif besar dibandingkan variabel Y dalam penelitian ini.

$$\text{SIZE} = \log (\text{nilai buku total asset})$$

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Ferry dan Jones, Hackston dan Milne dan Fitriani. Semakin besar *total asset* maka semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut. Adapun alasan dalam menggunakan *total asset* untuk diproksikan dengan ukuran perusahaan adalah karena *total asset* dapat mewakili seberapa besar perusahaan tersebut. Semakin besar *asset* maka semakin besar modal yang ditanam.

3. Ukuran Perusahaan dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Secara umum, perusahaan besar akan lebih banyak daripada perusahaan kecil. Perusahaan besar merupakan entitas yang banyak disoroti oleh pasar maupun publik secara umum, dengan mengungkapkan lebih banyak informasi perusahaan dapat mengurangi biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan besar juga memiliki sumber daya yang besar, dan dengan sumber daya tersebut perusahaan perlu dan mampu membiayai penyediaan informasi untuk keperluan internal maupun eksternal perusahaan.

Ball dan Foster's memandang ukuran perusahaan sebagai proksi untuk mengukur biaya dan keuntungan yang akan diperoleh dari pengungkapan sosial yang dikeluarkan oleh perusahaan yang bersangkutan³³.

Maksud dari pendapat di atas adalah pada perusahaan besar biasanya melakukan perencanaan berupa biaya – biaya yang akan dikeluarkan dari aktivitas pengungkapan sosial, penyiapan informasi pengungkapan sosial secara detail, dan merencanakan resiko – resiko yang mungkin akan terjadi.

Pendapat lain bahwa ukuran perusahaan dapat mempengaruhi kebiasaan perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR antara pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) dan *mandatory disclosure*.

Cowen et al mengungkapkan bahwa perusahaan yang lebih besar melakukan aktivitas yang lebih banyak, menyebabkan dampak yang lebih besar terhadap lingkungan, memiliki lebih banyak pemegang saham yang mungkin berkepentingan dengan program sosial perusahaan, dan laopran keuangannya menyediakan alat yang efisien dalam mengkomunikasikan informasi sosial perusahaan³⁴.

Orlitzky menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan berhubungan dengan ukuran perusahaan sejak berdirinya perusahaan³⁵.

³³ Novita Indrawati, “Pengaruh *Environmental Performance* Dan *Political Visibility* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Dalam *Annual Report*”, Jurnal Iehsan Gorontalo, Vol. 3 No. 4, November 2008-Januari 2009, p. 1956

³⁴ Lisna Untari, *op. cit.*, p. 5

³⁵ Khoirunnisa, Amilin, *loc. cit.*

Menurut Yusuf Wibisono implementasi CSR di perusahaan pada umumnya dipengaruhi oleh beberapa faktor³⁶ :

1. Komitmen pimpinannya.

Perusahaan yang pimpinannya tidak tanggap dengan masalah sosial, jangan diharapkan akan memperdulikan aktivitas sosial.

2. Menyangkut ukuran dan kematangan perusahaan.

Perusahaan besar dan mapan lebih mempunyai potensi memberi kontribusi ketimbang perusahaan kecil dan belum mapan.

3. Regulasi dan sistem perpajakan yang diatur pemerintah.

Semakin amburadul regulasi dan penataan pajak akan membuat semakin kecil ketertarikan perusahaan untuk memberikan donasi dan sumbangan sosial kepada masyarakat. Sebaliknya, semakin kondusif regulasi atau semakin besar insentif pajak yang diberikan, lebih berpotensi kepada masyarakat.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas dapat diketahui bahwa terdapat hubungan positif antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan *corporate social responsibility*, karena semakin besar ukuran perusahaan maka aktivitas lebih banyak, menyebabkan dampak yang lebih besar terhadap lingkungan maka akan semakin tinggi pengungkapannya.

Beberapa penelitian terdahulu yang berfokus pada ukuran perusahaan telah menguji pengaruh terhadap pratek pengungkapan *corporate social responsibility*. Penelitian yang berhasil menunjukkan

³⁶ Yusuf Wibisono, *op. cit.*, p. 71

hubungan kedua variabel ini antara lain Belkaoui dan Karpik, Hackston dan Milne, Roberts, Adam et al., Gray et al, Hasibuan, Fitriani, Kokubu et al, Hadi dan sabeni, Anggraini, Amran dan Devi, Sembiring, Morrison dan Siegel.

B. Kerangka Berpikir

Pada beberapa tahun belakangan ini berkembang pesat suatu konsep dalam aktivitas perusahaan. konsep tersebut merupakan suatu tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan sosial yang sering disebut dengan CSR. Munculnya konsep tersebut didorong adanya tuntutan dari *stakeholder* untuk meningkatkan kesadaran perusahaan agar lebih memperhatikan kelestarian lingkungan sosial melihat semakin parahnya kondisi bumi akibat pemanasan global. Hal itu menyebabkan semakin banyak perusahaan yang melakukan kegiatan sosial dan pelestarian lingkungan sebagai wujud kepedulian perusahaan terhadap keseimbangan alam. Kegiatan – kegiatan tersebut akhirnya menjadi agenda rutin bagi aktivitas perusahaan. Untuk itu perlu diadakan pelaporan mengenai aktivitas sosial perusahaan (CSR) tersebut, salah satunya di dalam laporan tahunan perusahaan. sebagai mana dinyatakan dalam PSAK no 1 (revisi 2009) paragraph keduabelas, mengenai laporan tambahan lingkungan hidup dan laporan nilai tambah pada laporan tahunan perusahaan. Faktor yang mempengaruhi perusahaan untuk mengungkapkan CSR kedalam laporan tahunan perusahaan adalah ukuran perusahaan. Karena semakin besar ukuran perusahaan maka aktivitas lebih banyak, menyebabkan dampak yang lebih besar terhadap lingkungan maka akan semakin tinggi pengungkapannya.

C. Perumusan Hipotesis

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat dirumuskan suatu hipotesis penelitian berupa jawaban atas permasalahan yang kebenarannya perlu diuji secara empiris. Maka hipotesis yang dapat dinyatakan adalah : “Terdapat hubungan positif antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan industri *go public* di Bursa Efek Jakarta”.