

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus mampu memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007). Menurut Freeman (1984) *Stakeholder* adalah setiap kelompok/individu yang dapat mempengaruhi ataupun dipengaruhi tujuan umum dari sebuah organisasi. *Stakeholder* dapat dikelompokkan menjadi 2 (dua) yaitu *stakeholder* primer dan *stakeholder* sekunder. Yang termasuk *stakeholder* primer adalah *shareholder*, pemilik, investor, karyawan maupun *customer*. Sedangkan yang termasuk *stakeholder* sekunder adalah pemerintah, masyarakat umum dan lingkungan.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* ini penting karena para *stakeholder* perlu mengevaluasi dan mengetahui sejauh mana perusahaan melaksanakan peranannya sesuai dengan keinginan *stakeholder*. Sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang telah dilakukannya. Penelitian Dewi (2011) menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* merupakan strategi perusahaan untuk memuaskan keinginan para *stakeholder*, semakin baik pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang

dilakukan perusahaan maka *stakeholder* akan semakin terpuaskan dan akan memberikan dukungan penuh kepada perusahaan atas segala aktivitasnya yang bertujuan untuk menaikkan kinerja dan mencapai laba.

2.1.2 Teori legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Teori legitimasi merupakan asumsi secara umum yang menyatakan bahwa kegiatan perusahaan didasarkan dan disesuaikan dengan konsep, nilai kepercayaan, dan ketentuan sosial yang dimiliki oleh masyarakat. Teori ini menjelaskan bahwa perusahaan perlu memberikan tujuan yang sejalan dengan masyarakat. Teori legitimasi merupakan kontrak sosial yang secara tidak langsung menyatakan bahwa perusahaan bergantung pada batas dan norma sosial yang dijalankan perusahaan. Batas dan norma sosial mungkin berubah dari waktu ke waktu, sehingga perusahaan secara berkelanjutan memperlihatkan bahwa kegiatan operasinya adalah sesuai dengan batas dan norma tersebut (Brown dan Deegan 1998). Teori legitimasi sangat bermanfaat dalam menganalisis perilaku organisasi (Dowling dan Pfeffer, 1975).

Legitimasi dapat memberikan mekanisme yang kuat untuk memahami pengungkapan sukarela untuk lingkungan dan sosial yang dilakukan oleh perusahaan dan pemahaman ini yang nantinya akan mengarah ke debat publik yang kritis, lebih jauh lagi teori legitimasi menunjukan kepada peneliti dan masyarakat luas jalan untuk lebih peka terhadap isi pengungkapan perusahaan (Villing, 2004). Praktek *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan bertujuan untuk menyelaraskan diri dengan norma masyarakat. Penelitian Dyah dan Priantinah (2012) menunjukkan system pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap

masyarakat, pemerintah individu dan kelompok masyarakat sebagai suatu system yang mengedepankan keberpihakan kepada masyarakat, operasi perusahaan harus kongruen dengan harapan masyarakat. Adanya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang baik, maka diharapkan perusahaan akan mendapat legitimasi dari masyarakat sehingga dapat meningkatkan kinerja yang bertujuan untuk pencapaian keuntungan perusahaan.

2.2 *Corporate Social Responsibility*

2.2.1 *Pengertian Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility adalah suatu konsep atau tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggung jawab perusahaan terhadap sosial maupun lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada, seperti melakukan suatu kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar dan menjaga lingkungan, memberikan beasiswa untuk anak tidak mampu di daerah tersebut, dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk membangun desa atau fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut berada. Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan salah satu komitmen manajemen untuk meningkatkan kinerjanya terutama dalam kinerja sosial. Dengan demikian, manajemen akan mendapatkan penilaian positif dari pemilik (Wibowo, 2011).

Corporate Social Responsibility merupakan sebuah fenomena dan strategi yang digunakan perusahaan untuk mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan *stakeholdernya*. *Corporate Social Responsibility* dimulai sejak era dimana kesadaran akan sustainability perusahaan jangka panjang adalah lebih penting daripada sekedar *profitability* perusahaan. Kegiatan *Corporate Social Responsibility* akan menjamin keberlanjutan bisnis yang dilakukan. Hal ini disebabkan karena (Septian, 2013) :

- a) Menurunnya gangguan sosial yang sering terjadi akibat pencemaran lingkungan, bahkan dapat menumbuh kembangkan dukungan atau pembelaan masyarakat setempat.
- b) Terjaminnya pasokan bahan baku secara berkelanjutan untuk jangka panjang.
- c) Tambahan keuntungan dari unit bisnis baru, yang semula merupakan kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang dirancang oleh korporat.

Adapun 5 aspek yang mencakup kegiatan *Corporate Social Responsibility* yaitu (Rahardi, 2015) :

1. Aspek Lingkungan Hidup

Lokasi sebuah perusahaan yang berada pada lingkungan dimana perusahaan tersebut beroperasi, akan memunculkan kewajiban untuk peduli terhadap lingkungan, dengan atau tanpa diminta. Karena aktivitas yang dilakukan perusahaan secara langsung maupun tidak langsung akan memberikan dampak negatif bagi lingkungan di sekitar perusahaan itu berada.

Maka upaya yang harus dilakukan perusahaan untuk tetap peduli terhadap lingkungan sekitar adalah dengan melakukan kewajiban CSR. Kegiatan CSR sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dapat dilakukan dengan memperhatikan polusi yang timbul akibat kegiatan operasi perusahaan, konservasi sumber daya alam serta penggunaan material daur ulang. Karena tujuan CSR yang sebenarnya adalah agar perusahaan melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Karena perusahaan yang berhubungan dengan pemanfaatan alam harus memperhatikan dampak yang timbul atas kerusakan kelestarian lingkungan yang dapat mengganggu kehidupan sosial masyarakat (Rahardi, 2015).

2. Aspek Tenaga Kerja

Keberadaan suatu perusahaan tidak bisa terlepas dari peranan para tenaga kerja sebagai lingkungan internalnya. Perusahaan dan tenaga kerja merupakan pasangan hidup yang saling memberi dan membutuhkan kontribusi dan harmonisasi. Keduanya akan menentukan keberhasilan dan perkembangan perusahaan serta berperan dalam pembangunan bangsa. Sebagai bentuk perhatian perusahaan terhadap tenaga kerjanya, maka perusahaan harus menerapkan CSR kepada tenaga kerjanya. Penerapan CSR kepada tenaga kerja dapat dilakukan dengan mengadakan pelatihan kepada tenaga kerja, memfasilitasi pelayanan kesehatan tenaga kerja, dan memberi bantuan keuangan untuk pendidikan tenaga kerjanya. Karena dengan adanya program CSR yang dilakukan oleh perusahaan terhadap tenaga kerjanya

mempunyai tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan para tenaga kerja dan keluarganya. Aktifitas CSR tersebut dilakukan juga dengan harapan meminimalkan terjadinya konflik atau permasalahan antara perusahaan dan tenaga kerjanya, selain itu pihak perusahaan akan memperoleh hasil produksi yang maksimal, kinerja tenaga kerja yang lebih optimal, dan dalam jangka panjang dan mampu menumbuhkan semangat serta pengabdian para tenaga kerjanya untuk bisa mempersembahkan yang terbaik bagi perusahaan (Suharto, 2011).

3. Aspek *Community Development*

Setiap kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan pasti disertai dampak yang ditimbulkan baik positif maupun negatif bagi lingkungan sekitar. Namun umumnya, dampak negatif yang akan lebih mendominasi dari kegiatan bisnis suatu perusahaan. Dampak negatif itu sendiri dapat berupa pencemaran lingkungan akibat limbah pabrik maupun eksploitasi sumber daya alam bagi kepentingan jangka pendek semata. Program dalam CSR ini sebaiknya dibuat berdasarkan kebutuhan masyarakat sekitar, sehingga mereka dapat merasakan manfaat dari apa yang mereka butuhkan. Seperti mendukung pengembangan industri lokal, membuka fasilitas perusahaan bagi masyarakat, dan berpartisipasi dalam proyek kesehatan masyarakat serta berbagai bentuk kegiatan yang lain. Karena program CSR itu sendiri seharusnya bukan sekedar bentuk *Charity* perusahaan terhadap masyarakat seperti pemberian bantuan jangka pendek yang tidak menyelesaikan permasalahan di masyarakat

maupun lingkungan. Kegiatan CRS ini selayaknya merupakan *Coorporate Citizenship* dimana program yang dibuat berdasarkan pertimbangan jangka panjang dan berkelanjutan bagi kesejahteraan masyarakat sekitar (Alfia, 2008).

4. Aspek Hak Asasi Manusia

Pengangkatan nilai-nilai Hak Asasi Manusia di dalam praktek operasi perusahaan harus sangat diperhatikan oleh manajemen perusahaan. Maka pelanggaran HAM yang terjadi di dalam korporasi atau sebuah unit usaha harus sangat diminimalisir. Karena akan sangat mempengaruhi kondisi kerja bagi perusahaan itu sendiri. Maka perusahaan dengan tingkat pelanggaran HAM yang sedikit akan jauh lebih baik kondisi kerjanya jika dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki tingkat pelanggaran yang besar. Kasus HAM dalam korporasi di dunia tertuang pada *Global Compact* yang digulirkan Perserikatan Bangsa Bangsa (PBB) pada tahun 1999, dan dokumen PBB tentang tanggungjawab perusahaan (*transnasional*) terhadap HAM (yang disahkan pada tahun 2003). *Global Compact* merupakan nilai yang melandasi CSR dan *Good Corporate*. Karena melalui gagasan ini, korporasi diharapkan dapat memberikan sumbangan kepada masyarakat dalam bentuk investasi sosial. Isi dari *Global Compact*, yang menyangkut bidang HAM, diantaranya (Doren, 2011) :

- a) Sektor bisnis diminta untuk mendukung dan menghargai perlindungan HAM internasional di dalam ruang lingkup pengaruhnya;

- b) Sektor bisnis diminta untuk memastikan bahwa korporasi-korporasinya tidak terlibat di dalam pelanggaran-pelanggaran HAM.

5. Aspek Fair *Operating Practies*

Praktek operasi perusahaan yang adil juga merupakan salah satu bentuk dari CSR. Karena bentuk tanggung jawab yang dilakukan perusahaan tidak hanya memperhatikan kondisi eksternal sebagai akibat dari operasi perusahaan itu sendiri, tetapi juga lingkungan internalnya. Maka konsep praktek operasi perusahaan yang adil tetap harus diperhatikan oleh perusahaan. Praktek operasi perusahaan yang adil dapat dilakukan dengan memberikan perlakuan yang adil terhadap pemegang saham minoritas (*fairness*), penyajian laporan keuangan yang akurat dan tepat waktu (*transparency*), serta fungsi dan kewenangan RUPS. (Payaman, 2005).

2.2.2 Manfaat *Corporate Social Responsibility*

2.2.2.1 Manfaat *Corporate Social Responsibility* bagi perusahaan (Wulandari, 2014):

1. Layak Mendapatkan *Social Licence to Operate*

Masyarakat sekitar adalah komunitas utama perusahaan. Ketika mereka mendapatkan keuntungan dari perusahaan, maka dengan sendirinya mereka akan merasa memiliki perusahaan. Sehingga imbalan yang diberikan kepada perusahaan adalah keleluasaan untuk menjalankan roda bisnisnya di kawasan tersebut.

2. Mengurangi Resiko Bisnis Perusahaan

Mengelola resiko di tengah kompleksnya permasalahan perusahaan merupakan hal yang esensial untuk suksesnya usaha. Disharmoni dengan stakeholders akan mengganggu kelancaran bisnis perusahaan. Bila sudah terjadi permasalahan, maka biaya untuk *recovery* akan jauh lebih berlipat bila dibandingkan dengan anggaran untuk melakukan program *Corporate Social Responsibility*. Oleh karena itu, pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* sebagai langkah preventif untuk mencegah memburuknya hubungan dengan *stakeholders* perlu mendapat perhatian.

3. Meluasnya Akses Sumber Daya

Track records yang baik dalam pengelolaan *Corporate Social Responsibility* merupakan keunggulan bersaing bagi perusahaan yang dapat membantu melancarkan jalan menuju sumber daya yang diperlukan perusahaan.

4. Memudahkan Akses Menuju Market

Investasi yang ditanamkan untuk program *Corporate Social Responsibility* ini dapat menjadi tiket bagi perusahaan menuju peluang yang lebih besar. Termasuk di dalamnya memupuk loyalitas konsumen dan menembus pangsa pasar baru.

5. Mengurangi Biaya

Banyak contoh penghematan biaya yang dapat dilakukan dengan melakukan *Corporate Social Responsibility*. Misalnya dengan mendaur ulang limbah

pabrik ke dalam proses produksi. Selain dapat menghemat biaya produksi, juga membantu agar limbah buangan ini menjadi lebih aman bagi lingkungan.

6. Memperbaiki Hubungan dengan *Stakeholder*

Implementasi *Corporate Social Responsibility* akan membantu menambah frekuensi komunikasi dengan stakeholder, dimana komunikasi ini akan semakin menambah *trust stakeholders* kepada perusahaan.

7. Memperbaiki Hubungan dengan Regulator

Perusahaan yang melaksanakan *Corporate Social Responsibility* umumnya akan meringankan beban pemerintah sebagai regulator yang sebenarnya bertanggung jawab terhadap kesejahteraan lingkungan dan masyarakat.

8. Meningkatkan Semangat dan Produktivitas Karyawan

Image perusahaan yang baik di mata *stakeholders* dan kontribusi positif yang diberikan perusahaan kepada masyarakat serta lingkungan, akan menimbulkan kebanggaan tersendiri bagi karyawan yang bekerja dalam perusahaan mereka sehingga meningkatkan motivasi kerja mereka.

9. Peluang Mendapatkan Penghargaan

Banyaknya penghargaan atau *reward* yang diberikan kepada pelaku *Corporate Social Responsibility* sekarang, akan menambah kans bagi perusahaan untuk mendapatkan *award*.

2.2.2.2 Manfaat *Corporate Social Responsibility* bagi masyarakat (Wulandari, 2014):

CSR akan lebih berdampak positif bagi masyarakat ini akan sangat tergantung dari orientasi dan kapasitas lembaga dan organisasi lain, terutama pemerintah. Studi Bank Dunia (Candra 2007) menunjukkan, peran pemerintah yang terkait dengan CSR meliputi pengembangan kebijakan yang menyehatkan pasar, keikutsertaan sumber daya, dukungan politik bagi pelaku CSR, menciptakan insentif dan peningkatan kemampuan organisasi. Untuk Indonesia, bisa dibayangkan, pelaksanaan CSR membutuhkan dukungan pemerintah daerah, kepastian hukum, dan jaminan ketertiban sosial. Pemerintah dapat mengambil peran penting tanpa harus melakukan regulasi di tengah situasi hukum dan politik saat ini. Di tengah persoalan kemiskinan dan keterbelakangan yang dialami Indonesia, pemerintah harus berperan sebagai koordinator penanganan krisis melalui *Corporate Social Responsibility*. Pemerintah bisa menetapkan bidang-bidang penanganan yang menjadi fokus, dengan masukan pihak yang kompeten. Setelah itu, pemerintah memfasilitasi, mendukung, dan memberi penghargaan pada kalangan bisnis yang mau terlibat dalam upaya besar ini. Pemerintah juga dapat mengawasi proses interaksi antara pelaku bisnis dan kelompok-kelompok lain agar terjadi proses interaksi yang lebih adil dan menghindari proses manipulasi atau pengancaman satu pihak terhadap yang lain.

2.2.3 Hubungan *Corporate Social Responsibility* dengan Kinerja Keuangan Perusahaan

Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggungjawab organisasi di bidang hukum (Anggraini, 2006). Perusahaan tidak memiliki peraturan yang baku berkaitan dengan penerapan CSR, sehingga penerapan CSR tersebut berdasarkan inisiatif perusahaan atas kepeduliannya terhadap masyarakat di sekitar perusahaan dan pelanggan, maka dapat dikatakan bahwa aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan perusahaan merupakan penerapan CSR.

Penerapan CSR memiliki pengaruh secara nyata terhadap kinerja perusahaan (dalam jangka panjang). Hal ini dapat dibuktikan dengan salah satu aktivitas yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungan di sekitar perusahaan, misalnya program bina lingkungan oleh perusahaan. Program bina lingkungan ini berhubungan dengan pelestarian alam, seperti adanya aktivitas pengelolaan limbah yang terjadi. Dengan adanya aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan tersebut masyarakat akan merespon secara positif, hal ini akan meningkatkan citra perusahaan menjadi lebih baik dimata masyarakat sekitar dan masyarakat pada umumnya (Sundari, 2015).

Khasali (2007) menyatakan bahwa umumnya sering terjadi ketidaksepahaman antara perusahaan dengan masyarakat tentang tanggung jawab sosial. Lebih lanjut dinyatakan, bahwa perlu sosialisasi efektif lewat batasan tanggung jawab sosial secara simetris. Hal ini akan menentukan efektivitas tanggung jawab sosial yang telah dilakukan perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan. Perusahaan dengan pengungkapan CSR yang baik memiliki tingkat pengungkapan yang lebih luas dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR. Pengungkapan yang semakin luas akan memberikan sinyal positif kepada pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan (stakeholder) maupun para pemegang saham perusahaan (shareholder). Semakin luas informasi yang disampaikan kepada stakeholder dan shareholder maka akan semakin memperbanyak informasi yang diterima mengenai perusahaan. Hal ini akan menimbulkan kepercayaan stakeholder dan shareholder kepada perusahaan.

Penelitian Audrey (2009) menunjukkan penerapan program *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh PT Indofood Sukses Makmur Tbk. Terhadap masyarakat lokal. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa keberadaan PT Indofood Sukses Makmur Tbk. telah memberikan kontribusi yang cukup berarti bagi pemerintah dan masyarakat, seperti kontribusi dalam peningkatan pendapatan asli daerah (PAD), perusahaan dapat menampung warga-warga lokal untuk menjadi tenaga kerja dalam lingkup perusahaan sesuai dengan kompetensi mereka masing-masing.

2.3 *Good Corporate Governance*

Good Corporate Governance tidak lain pengelolaan bisnis yang melibatkan kepentingan *stakeholders* serta penggunaan sumber daya berprinsip keadilan, efisiensi, transparansi dan akuntabilitas. Hal tersebut, dalam keberadaannya penting dikarenakan dua hal. Hal yang pertama, cepatnya perubahan lingkungan yang berdampak pada peta persaingan global, sedangkan sebab kedua karena semakin banyak dan kompleksitas *stakeholders* termasuk struktur kepemilikan bisnis. *Good corporate governance* tercipta apabila terjadi keseimbangan kepentingan antara semua pihak yang berkepentingan dengan bisnis kita. Identifikasi keseimbangan dalam keberadaannya memerlukan sebuah sistem pengukuran yang dapat menyerap setiap dimensi strategis dan operasional bisnis serta berbasis informasi. Pengukuran kinerja konsep GCG berdasarkan kepada lima dasar, yaitu: perlindungan hak pemegang saham, persamaan perlakuan pemegang saham, peranan terkait dengan bisnis, keterbukaan transparansi, dan akuntabilitas dewan komisaris. Pengukuran kinerja tersebut juga berdimensi aktifitas operasional internal, intelektual kapital dan pembelajaran, kapasitas untuk inovasi dan respon terhadap pasar, produk dan penerimaan pasar, hubungan dengan pelanggan, hubungan dengan investor, hubungan dengan partner dan lainnya seperti hubungan dengan publik sasaran, lingkungan, keuangan (Hari, 2012).

Secara formal, *good corporate* hanya ditujukan bagi perusahaan yang statusnya merupakan perusahaan publik, khususnya emiten yang telah menyerap dana dari masyarakat dan memiliki saham publik yang sifatnya minoritas dan independen.

Secara sederhana dapat digambarkan sebagai bentuk dari pelaksanaan tanggung jawab antara perusahaan sebagai badan hukum, direksi dan komisaris sebagai pengurus dengan para pemegang saham. Caranya dengan menjalankan ketentuan Anggaran Dasar (AD) dalam rangkaian kewajiban untuk transparansi, bertanggung jawab, adil dan akuntabilitas. Dalam rangka *economy recovery*, pemerintah Indonesia dan *International Monetary Fund* (IMF) memperkenalkan dan mengintroduksi konsep *Good Corporate Governance* sebagai tata cara kelola perusahaan yang sehat (Sulistyanto dan Wibisono, 2003). Konsep ini diharapkan dapat melindungi pemegang saham (*stockholders*) dan kreditur agar dapat memperoleh kembali investasinya. Penelitian yang dilakukan oleh Asian Development Bank (ADB) menyimpulkan penyebab krisis ekonomi di negara-negara Asia, termasuk Indonesia, adalah (1) mekanisme pengawasan dewan komisaris dan komite audit (*audit committee*) suatu perusahaan tidak berfungsi dengan efektif dalam melindungi kepentingan pemegang saham dan (2) pengelolaan perusahaan yang belum profesional. Sehingga penerapan konsep GCG di Indonesia diharapkan dapat meningkatkan profesionalisme dan kesejahteraan pemegang saham tanpa mengabaikan kepentingan *stakeholders*.

2.4 Karakteristik Dewan Komisaris

Dewan komisaris merupakan salah satu mekanisme dari *good corporate governance* (GCG) yang merupakan puncak sistem pengendalian dalam perusahaan besar, melaksanakan peran ganda dalam hal pengawasan dan pengesahan (Fama dan Jensen, 1983). Untuk memfasilitasi pengesahan keputusan yang efektif, dewan

komisaris termasuk manajemen internal dengan pengalaman pembuatan keputusan perusahaan sedangkan untuk memfasilitasi pengawasan yang efektif dewan komisaris termasuk anggota dari luar perusahaan sebagai manajemen yang independen. Pendukung yang menganggap dewan komisaris sebagai pengawas memandang dewan komisaris luar perusahaan adalah pusat atau sentral resolusi yang efektif masalah keagenan antara manajer dan *shareholders* (Fama dan Jensen, 1983). Pengendalian keputusan yang efektif di prediksi sebagai fungsi positif rasio dewan komisaris luar perusahaan terhadap total anggota dewan, dengan motivasi untuk menghasilkan pengawasan yang insentif dari dewan komisaris luar perusahaan untuk mengembangkan reputasi untuk pengawasan yang efektif dalam pasar tenaga kerja eksternal. Beberapa penelitian juga memberikan bukti yang mendukung prediksi kemampuan pengawasan dewan adalah suatu fungsi positif baik dalam hal proporsi dan independensi anggota dewan komisaris. Komite Nasional Kebijakan *Governance* (2006) mengatur tentang prinsip-prinsip yang harus dipenuhi agar direksi dapat berjalan efektif yaitu komposisi direksi, kemampuan dan integritas anggota direksi, fungsi direksi dan pertanggungjawaban direksi.

Pada pedoman umum *Good Corporate* Indonesia (2006) menyatakan bahwa tanggung jawab bersama Dewan Komisaris dan Direksi dalam menjaga kelangsungan usaha perusahaan dalam jangka panjang tercermin pada:

- a. Terlaksananya dengan baik kontrol internal dan manajemen risiko,
- b. Tercapainya imbal hasil (*return*) yang optimal bagi pemegang saham,
- c. Terlindunginya kepentingan pemangku kepentingan secara wajar, dan

- d. Terlaksananya suksesi kepemimpinan yang wajar demi kesinambungan manajemen di semua organisasi.

Dewan komisaris sebagai komponen perusahaan bertugas dan bertanggungjawab secara kolektif untuk melakukan pengawasan dan memberikan nasihat kepada direksi serta memastikan bahwa perusahaan melaksanakan *good corporate governance*. Namun demikian, dewan komisaris tidak boleh turut serta dalam pengambilan keputusan operasional. Kedudukan masing-masing anggota dewan komisaris termasuk komisaris utama adalah setara. Tugas komisaris utama sebagai *primus inter pares* adalah mengkoordinasikan kegiatan dewan komisaris. Agar pelaksanaan tugas dewan komisaris dapat berjalan secara efektif, perlu dipenuhi prinsip-prinsip berikut:

- a. Komposisi dewan komisaris harus memungkinkan pengambilan keputusan secara efektif, tepat dan cepat, serta dapat bertindak independen,
- b. Anggota dewan komisaris harus profesional, yaitu berintegritas dan memiliki kemampuan sehingga dapat menjalankan fungsinya dengan baik termasuk memastikan bahwa direksi telah memperhatikan kepentingan semua pemangku kepentingan dan,
- c. Fungsi pengawasan dan pemberian nasihat dewan komisaris mencakup tindakan pencegahan, perbaikan, sampai kepada pemberhentian sementara.

Terdapat karakteristik dewan komisaris yaitu independensi dewan komisaris, ukuran dewan komisaris, dan kepemilikan institusional. Penelitian ini akan menguji karakteristik dewan komisaris terhadap kinerja keuangan perusahaan.

2.4.1 Independensi Dewan Komisaris

Komponen dalam dewan komisaris adalah bagian penting untuk pengawasan yang efektif. Penunjukkan manajer sebagai direktur (*insider*) penting karena mereka memiliki lebih informasi tentang organisasi dibandingkan dengan direktur dari luar (*outside directors*). Bagaimanapun dominasi oleh *insider* kemungkinan menunjukkan transfer kesejahteraan untuk manajer dengan mengorbankan *stockholder* (Beasley, M.S. 1996). Oleh karena itu, *outside directors* ditunjuk dalam dewan komisaris utamanya untuk memperoleh mekanisme pengawasan independen atas proses dewan dengan demikian mengurangi konflik keagenan dan meningkatkan kinerja (Craven dan Wallace, 2001). Dewan komisaris terdiri dari *executive directors* dan *non-executive directors* (termasuk *independent nonexecutives*). Dewan komisaris harus meyakinkan bahwa anggota-anggotanya yang baik secara keseluruhan memiliki berbagai pengetahuan, *judgment*, dan pengalaman yang diperlukan untuk melaksanakan tugasnya dengan tepat. Perusahaan diharapkan menyusun jumlah minimum maksimum komisaris independen untuk duduk dalam dewan untuk meyakinkan keseimbangan tidak adanya individu atau kelompok kecil individu yang dapat mendominasi pembuatan keputusan dewan komisaris.

2.4.2 Ukuran Dewan Komisaris

Beberapa peneliti telah menguji ukuran dewan komisaris. Dewan komisaris jumlah kecil dianggap lebih efektif karena mereka tidak banyak kesulitan dalam berkoordinasi (Jensen, 1993). Direktur dalam dewan komisaris yang lebih kecil lebih berkeinginan untuk membahas masalah dan dewan komisaris yang lebih kecil lebih

sedikit berisiko dan dapat bereaksi lebih cepat terhadap perubahan kondisi pasar (Yermack, 1996). Perusahaan dengan dewan komisaris yang lebih besar memiliki lebih banyak hubungan eksternal, kemampuan sumber-sumber daya penting seperti pendanaan, dan berkemampuan atau berpengalaman dalam menjalankan bisnis dan atribut ini menunjukkan kinerja yang lebih baik (Dalton, 1999).

2.4.3 Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional memiliki kemampuan untuk mengendalikan pihak manajemen melalui proses monitoring secara efektif sehingga dapat mengurangi tindakan manajer dalam melakukan manajemen laba (Jensen and Meclking, 1976). Hal tersebut dikarenakan investor institusional merupakan investor yang berpengalaman dan memiliki informasi yang memadai tentang perusahaan sehingga manipulasi laba yang disebabkan oleh adanya asimetri informasi dapat dikurangi. Selain itu biasanya investor institusional lebih mementingkan kinerja perusahaan jangka panjang sehingga manajer tidak akan mempunyai insentif untuk mengatur laba sekarang. Kepemilikan saham oleh investor instiusional dapat menjadi kendala bagi perilaku *opportunis* manajemen yang memanfaatkan manajemen laba untuk kepentingan pribadinya, yang mungkin mengakibatkan kepentingan pihak lain terabaikan (Midiastuty, 2003). Dengan adanya kepemilikan saham oleh investor institusional maka proses monitoring akan berjalan lebih efektif sehingga dapat mengurangi tindakan manajer dalam hal manajemen laba yang dapat merugikan kepentingan pihak lain (*stakeholder*). Dengan demikian kepemilikan institusional merupakan mekanisme *good corporate governance*, karena fungsi monitoring yang

diberikan oleh investor institusional dapat memastikan bahwa manajer akan bertindak yang terbaik bagi kepentingan *stakeholder*.

2.5 Pengukuran Kinerja Keuangan

Pengukuran kinerja keuangan merupakan faktor yang penting bagi perusahaan karena pengukuran tersebut digunakan sebagai dasar untuk menyusun sistem imbalan perusahaan. Kinerja keuangan dapat mempengaruhi perilaku pengambil keputusan dalam perusahaan dan memberikan informasi yang berguna dalam membuat keputusan yang penting mengenai *asset* yang digunakan serta untuk memacu para manajer untuk membuat keputusan yang mementingkan perusahaan.

Kinerja keuangan merupakan salah satu faktor yang menunjukkan efektifitas dan efisien suatu organisasi dalam rangka mencapai tujuannya. Efektifitas apabila manajemen memiliki kemampuan untuk memilih tujuan yang tepat atau suatu alat yang tepat untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sedangkan efisiensi diartikan sebagai *ratio* (perbandingan) antara masukan dan keluaran yaitu dengan masukan tertentu memperoleh keluaran yang optimal. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (1995), kinerja dapat diartikan sebagai sesuatu yang dicapai, prestasi yang diperlihatkan dan kemampuan kerja, kinerja yaitu berkemampuan dengan menggunakan tenaga. Jadi kinerja keuangan berdasar uraian diatas adalah kemampuan kerja manajemen keuangan dalam mencapai prestasi kinerjanya.

Salah satu jenis laporan keuangan yang mengukur keberhasilan operasi perusahaan untuk suatu periode tertentu adalah laporan laba rugi. Akan tetapi angka

laba yang dihasilkan dalam laporan laba rugi seringkali dipengaruhi oleh metode akuntansi yang digunakan, sehingga laba yang tinggi belum tentu mencerminkan kas yang besar. Dalam hal ini arus kas mempunyai nilai lebih untuk menjamin kinerja perusahaan di masa mendatang. *Return On Asset* (ROA) adalah rasio yang menunjukkan seberapa banyak laba bersih yang bisa diperoleh dari seluruh kekayaan yang dimiliki perusahaan. Karena itu digunakan angka laba setelah pajak dan rata-rata kekayaan perusahaan. Dengan demikian rasio ini menghubungkan keuntungan yang diperoleh dari operasinya perusahaan dengan jumlah investasi atau aktiva yang digunakan untuk menghasilkan keuntungan operasi tersebut.

Dalam penelitian ini menggunakan alat ukur rasio *Return On Assets* (ROA) sebagai dasar pengukuran kinerja finansial keuangan. *Return On Assets* adalah rasio laba setelah pajak dalam satu tahun terakhir terhadap rata-rata volume usaha dalam periode yang sama. *Return On Assets* menggambarkan perputaran aktiva yang diukur dengan rasio perbandingan antara laba setelah pajak dengan total aset. Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan memperoleh keuntungan secara keseluruhan. Rasio ini dirumuskan dengan:

$$\text{Return On Assets (ROA)} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

Kelebihan dari *Return On Assets* (ROA) menurut Syamsuddin (2004) yaitu :

- a. Selain ROA berguna sebagai alat kontrol, juga berguna untuk keperluan perencanaan. Misalnya ROA dapat dipergunakan sebagai dasar pengambilan keputusan apabila perusahaan akan melakukan ekspansi. Perusahaan dapat mengistimasi ROA yang harus melalui investasi pada aktiva tetap.
- b. ROA dipergunakan sebagai alat mengukur profitabilitas dari masing-masing produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Dengan menerapkan system biaya produksi yang baik, maka modal dan biaya dapat dialokasikan ke dalam berbagai produk yang dihasilkan oleh perusahaan, sehingga dapat dihitung profitabilitas masing-masing produk.
- c. Kegunaan ROA yang paling prinsip berkaitan dengan efisiensi penggunaan modal, efisiensi produksi dan efisiensi penjualan. Hal ini dapat dicapai apabila perusahaan telah melaksanakan praktek Akuntansi secara benar dalam artian.

Menurut Munawir (2010), keunggulan dari *Return On Asset*, yaitu:

- a. Sebagai salah satu kegunaannya yang prinsipil ialah sifatnya yang menyeluruh. Apabila perusahaan sudah menjalankan praktek akuntansi yang baik maka manajemen dengan menggunakan teknik analisa ROI dapat mengukur efisiensi penggunaan modal yang bekerja, efisiensi produksi dan efisiensi bagian penjualan.
- b. Apabila perusahaan dapat mempunyai data industri sehingga dapat diperoleh *ratio* industry, maka dengan analisa ROI ini dapat dibandingkan efisiensi penggunaan modal pada perusahaannya dengan perusahaan lain yang

sejenis, sehingga dapat diketahui apakah perusahaannya berada di bawah, sama atau di atas rata-ratanya. Dengan demikian akan dapat diketahui di mana kelemahannya dan apa yang sudah kuat pada perusahaan tersebut dibandingkan dengan perusahaan lain yang sejenis.

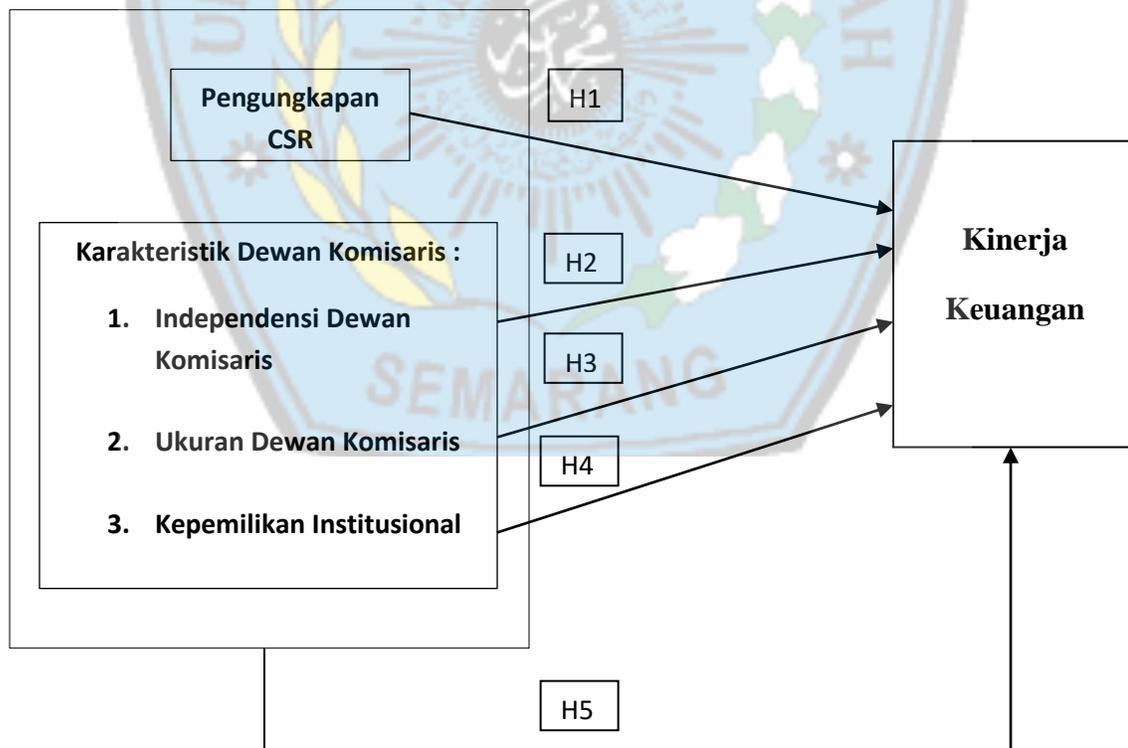
- c. Analisa ini pun dapat digunakan untuk mengukur efisiensi tindakan-tindakan yang dilakukan oleh divisi/bagian, yaitu dengan mengalokasikan semua biaya dan modal ke dalam bagian yang bersangkutan.
- d. Analisa ini juga dapat digunakan untuk mengukur profitabilitas dair masing-masing produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Dengan menggunakan *product cost system* yang baik, modal dan biaya dapat dialokasikan kepada berbagai produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang bersangkutan, sehingga dengan demikian akan dapat dihitung profitabilitas dari masing-masing produk.
- e. ROI/ ROA selain berguna untuk keperluan control, juga berguna untuk keperluan perencanaan. Misalnya ROI dapat digunakan sebagai dasar untuk pengambilan keputusan kalau perusahaan akan mengadakan ekspansi.

2.6 Penelitian Terdahulu

Peneliti	Variabel	Analisis Statistik	Hasil Penelitian
Huafang dan Jiangvo (2007)	Dependen : Kinerja keuangan Independen : Karakteristik Tata Kelola Perusahaan	Regresi Linier berganda	- Karakteristik tata kelola Perusahaan berpengaruh terhadap aktivitas perusahaan.
Novita dan Djakman (2008)	Dependen : Kinerja keuangan Independen : <i>Corporate Social Responsibility</i>	Regresi Linier berganda	- Penerapan <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan (ROE) manufaktur yang tercatat di BEI tahun 2007.
Eko Adhy Kurnianto (2011)	Dependen : Kinerja keuangan Independen : <i>Corporate Social Responsibility</i>	Regresi Linier berganda	- <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan (ROE) perbankan yang tercatat di BEI tahun 2005-2008.
Jamiyatu Toyyibah (2012)	Independen : Karakteristik Diversitas Komisaris Dependen : Kinerja Keuangan	Regresi Linier berganda	- Komisaris dan direksi perempuan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. - Usia komisaris berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan. - Masa jabatan komisaris berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.
Ermawati (2014)	Dependen : Kinerja keuangan Independen : <i>Corporate Social Responsibility</i>	Regresi Linier berganda	- <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan (ROA/ROE).
Susmita P dan Zaitul (2014)	Independen : Karakteristik Dewan Komisaris Dependen : Kinerja Keuangan	Regresi Linier berganda	- Independensi dewan komisaris dan ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan. - Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.

Vega Ayu Kurniawati (2014)	Independen : Karakteristik Dewan Komisaris Dependen : Kinerja Keuangan	Regresi Linier berganda	- Variabel karakteristik dewan komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.
Lia Istiqomah (2015)	Independen : <i>Good Corporate Governance</i> Dependen : Kinerja Keuangan	Regresi Linier berganda	- Dewan direksi, dewan komisaris independen, ukuran perusahaan, dan komite berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan.
Fahmi Fajrianto (2016)	Independen : Karakteristik Dewan Komisaris Dependen : Kinerja Keuangan	Regresi Linier berganda	- Karakteristik dewan komisaris berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.

2.7 Kerangka Pemikiran



2.8 Hipotesis

Salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan para *stakeholders* lainnya, perusahaan seringkali terlibat dalam kegiatan-kegiatan CSR. Tidak dapat dipungkiri, bahwa para *stakeholders* memberikan apresiasi yang lebih bagi perusahaan-perusahaan yang terlibat dalam kegiatan CSR. Meskipun tujuan utama dari kegiatan-kegiatan ini bukan untuk meningkatkan laba perusahaan, namun kegiatan-kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan kinerja keuangan bagi perusahaan. Penelitian yang mendukung adanya hubungan antara CSR dan kinerja keuangan adalah penelitian Novita dan Djakman (2008) yang menyatakan bahwa Penerapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan (ROE) manufaktur yang tercatat di BEI tahun 2007. Penelitian lain dari Adhy (2011) tentang *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan (ROE) perbankan yang tercatat di BEI tahun 2005-2008.

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah :

H1 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan Perusahaan.

Dewan komisaris harus meyakinkan bahwa anggota-anggotanya yang baik secara keseluruhan memiliki berbagai pengetahuan, *judgment*, dan pengalaman yang diperlukan untuk melaksanakan tugasnya dengan tepat. Perusahaan diharapkan menyusun jumlah minimum dan maksimum komisaris independen untuk duduk

dalam dewan untuk meyakinkan keseimbangan tidak adanya individu atau kelompok kecil individu yang dapat mendominasi pembuatan keputusan dewan komisaris. Tujuan utama dari komisaris independen tidak hanya pengawasan namun juga untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Penelitian yang mendukung adanya hubungan antara independensi dewan komisaris dan kinerja keuangan adalah penelitian Istiqomah (2015) tentang pengaruh independensi dewan komisaris berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah :

H2 Independensi Dewan Komisaris berpengaruh terhadap kinerja keuangan Perusahaan.

Ukuran dewan komisaris merupakan inti dari *Corporate Governance* yang ditugaskan untuk menjamin pelaksanaan strategi perusahaan, mengawasi manajemen dalam mengelola perusahaan, serta mewajibkan terlaksananya akuntabilitas terkait kewajiban untuk menyajikan dan melaporkan segala tindakan dan kegiatan perusahaan di bidang administrasi keuangan. Sehingga keberadaan dewan komisaris dapat meningkatkan kualitas informasi dari pihak manajemen. Klein (2001) dalam Soni (2014) menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris yang lebih besar merupakan pengendali manajemen yang efektif. Sehingga manajer tidak mempunyai kesempatan untuk bertindak oportunistik dengan menyembunyikan informasi material terkait kondisi perusahaan. Suatu perusahaan dengan dewan komisaris yang lebih besar mempunyai lebih informasi sekitar laporan maupun kinerja keuangan.

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah :

H3 Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh terhadap kinerja keuangan Perusahaan.

Kepemilikan institusional memiliki arti penting dalam memonitor manajemen. Adanya kepemilikan institusional seperti perusahaan asuransi, bank, perusahaan-perusahaan investasi, dan kepemilikan oleh institusi-institusi lain akan mendorong peningkatan pengawasan dalam kinerja keuangan yang lebih optimal. Mekanisme monitoring tersebut akan menjamin peningkatan kemakmuran pemegang saham. Penelitian Seu (2007) menunjukkan tentang kepemilikan institusional berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Faisal (2004) menunjukkan bahwa semakin besar kepemilikan saham manajerial dapat mencegah tindakan oportunistik manajer.

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah :

H4 Kepemilikan Institusional berpengaruh terhadap kinerja keuangan Perusahaan.

Menjalankan kinerja perusahaan saat ini perusahaan haruslah memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup, karena kinerja perusahaan yang diikuti dengan tiga hal tersebut dapat menjamin perusahaan berkembang secara berkelanjutan dan menciptakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, lingkungan dan masyarakat. Penerapan CSR dan Karakteristik dewan komisari juga dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan, karena dengan adanya pengungkapan CSR perusahaan dapat memberikan *image* perusahaan yang

baik kepada pihak eksternal. Perusahaan juga dapat memaksimalkan modal pemegang saham, reputasi, dan kelangsungan hidup jangka panjang (Kiroyan, 2006). Menerapkan karakteristik dewan komisaris untuk mengarahkan dan mengendalikan suatu perusahaan agar operasional berjalan sesuai dengan harapan para pemegang kepentingan. Dewi (2011) menunjukkan bahwa adanya pengaruh pengungkapan CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan. Penelitian Aniroh (2010) bahwa karakteristik dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Penelitian lain dari Fajriyanto (2016) menunjukkan bahwa karakteristik dewan komisaris berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah :

H5 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan Karakteristik Dewan Komisaris berpengaruh secara simultan terhadap kinerja keuangan Perusahaan.