

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori *Stakeholder*

Istilah *stakeholder* pertama kali diperkenalkan oleh *Stanford Research Institute* (RSI) ditahun 1963 (Freeman, 1984). SRI mendefinisikan *stakeholder* sebagai kelompok yang mampu memberikan dukungan terhadap keberadaan sebuah organisasi. Chariri dan Ghazali (2007) mengatakan bahwa dalam teori *stakeholder* , perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain). Hohnen dan Blackburn (2010) berpendapat bahwa kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Mengacu pada pengertian teori *stakeholder* di atas, maka dapat ditarik suatu penjelasan bahwa dalam suatu aktivitas perusahaan dipengaruhi oleh faktor-faktor dari eksternal dan dari internal, yang dapat disebut sebagai *stakeholder*. Kelangsungan hidup perusahaan bergantung pada dukungan *stakeholder*, makin kuat dukungan *stakeholder*, makin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi. Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholder*-nya. Teori *stakeholder* berhubungan dengan konsep tanggung jawab sosial perusahaan dimana tanggung jawab perusahaan tidak hanya terbatas untuk memaksimalkan laba dan kepentingan para pemegang saham, namun juga harus memperhatikan masyarakat, pelanggan, dan pemasok sebagai bagian dari operasi perusahaan. Asumsi teori *stakeholder* dibangun atas dasar pernyataan bahwa perusahaan berkembang menjadi sangat besar dan menyebabkan masyarakat menjadi sangat tertarik dan memperhatikan perusahaan, sehingga perusahaan perlu menunjukkan akuntabilitas maupun responsibilitas secara lebih luas dan tidak terbatas hanya kepada pemegang saham (Audrinazta dan Budiastuti, 2012). Pengungkapan informasi yang bersifat wajib adalah laporan

keuangan, informasi ini dibutuhkan oleh *stakeholder* yang mempengaruhi maupun yang dipengaruhi oleh kegiatan ekonomi perusahaan. Sedangkan pengungkapan yang bersifat sukarela dibutuhkan oleh *stakeholder* yang berpengaruh maupun tidak berpengaruh terhadap kegiatan ekonomi perusahaan. Laporan sukarela yang sedang berkembang saat ini adalah *sustainability report* (laporan keberlanjutan) (Chariri, 2008). Melalui pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat memberikan informasi yang lebih cukup dan lengkap berkaitan dengan kegiatan dan pengaruhnya terhadap kondisi sosial masyarakat dan lingkungan (Ghozali dan Chariri, 2007). Pengungkapan *corporate social responsibility* perbankan diharapkan dapat memberikan informasi yang membantu perusahaan dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan kepada para *stakeholder*.

2.2 Corporate Social Responsibility (CSR)

2.2.1 Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) perusahaan memiliki makna dan definisi yang cukup beragam. Berbagai penelitian terkait tanggung jawab sosial perusahaan telah dilaksanakan. Tanggung jawab tersebut meliputi mencegah dampak negatif yang ditimbulkan perusahaan terhadap pihak lain dan lingkungan serta meningkatkan kualitas masyarakat termasuk karyawan, pemasok, pelanggan dan lingkungan sekitar perusahaan (Diba, 2012).

Pada lingkungan bisnis sekarang ini CSR masih bersifat normatif, karena belum ada hukum yang secara jelas memberlakukan CSR sebagai sebuah kewajiban kepada semua perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan bentuk dari regulasi perusahaan yang diintegrasikan dalam suatu model bisnis. CSR mencakup pertanggung jawaban sebagai dampak pada aktivitas mereka pada lingkungan, pelanggan, pekerja, komunitas, stakeholders, dan pemakai lainnya. Pada dasarnya, CSR merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan dalam upaya untuk menaikkan ketertarikan publik dengan memperhatikan tiga garis dasar (*triple bottom line*) yaitu *People, Planet, Profit*. Selama ini belum ada

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

2.2.2 Unsur-Unsur *Corporate Social Responsibility*

Mengacu pada CSR Asia (www.csr-asia.com) terdiri dari 3 “*bottom line*” yaitu:

1. *Environmental* (lingkungan) Aspek lingkungan pada saat ini makin meningkatnya peraturan - peraturan dan secara luas telah diatur di sebagian besar negara, termasuk di Asia. Peraturan-peraturan dibuat oleh pemerintah karena semakin pesatnya industri di Asia sehingga muncul banyak perusahaan-perusahaan baru. Kegiatan operasi yang dilakukan oleh perusahaan terkadang menurunkan standar kualitas lingkungan. Peraturan lingkungan yang dibuat oleh pemerintah mengharuskan perusahaan untuk bertanggung jawab dengan lingkungan tempat perusahaan tersebut beroperasi. Tanggung jawab dilakukan perusahaan berupa pemeliharaan lingkungan, penggunaan bahan baku produksi yang aman bagi lingkungan, perbaikan setelah pemanfaatan dari lingkungan, dan peraturan-peraturan lingkungan yang ditetapkan.

2. *Social* (sosial). Masalah sosial dan banyaknya tantangan yang dihadapi oleh perusahaan telah banyak diatur dan peraturan-peraturan tersebut menjadikan perusahaan tidak berdaya dan menimbulkan insiatif perusahaan untuk mematuhi peraturan tersebut. Tepatnya karena aspek sosial tidak diatur, perusahaan tidak membuka kepeduliannya terhadap CSR. Tanggung jawab sosial perusahaan digambarkan melalui kondisi ,hak asasi, masyarakat serta tanggung jawab terhadap produk dan jasa. Tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan sebagian besar terkait dengan kepentingan masyarakat atau sosial dan lingkungan.

3. *Economic* (Ekonomi) Peraturan yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk mencapai garis ekonomi belum tersedia. Pada sektor ekonomi perusahaan hanya

melakukan tanggung jawabnya untuk menjalankan kegiatan operasi dengan baik untuk perkembangan perekonomian perusahaan. Praktik bisnis yang sehat akan menimbulkan dampak yang baik bagi kesuksesan perusahaan itu sendiri. Pendekatan ekonomi dapat dilihat dari pelaporan keuangan perusahaan yang disajikan dengan transparan dan dapat diandalkan.

2.2.3 Prinsip-Prinsip dari Pelaporan *Corporate Social Responsibility*.

Prinsip-Prinsip Pelaporan CSR Berdasarkan pada *Environmental Resource Management* (www.erm.com) prinsip-prinsip pelaporan CSR sebagai berikut :

1. *Openess* (keterbukaan) Perusahaan secara terbuka menyajikan laporan tanpa ada yang di rahasiakan, bagian-bagian yang dapat mengurangi kinerja manajemen atau melebih-lebihkan dari kinerja manajemen.

2. *Honesty* (kejujuran) Perusahaan harus bersikap jujur dalam melaporkan setiap kegiatan yang terjadi sesuai dengan fakta yang ada.

3. *Transparency* (transparansi) Perusahaan harus bersikap transparan terhadap prinsip dan nilai yang dianut sehingga tidak ada ketidak konsisten dalam penerapan prinsip dan nilai yang dianut.

4. *Accountability and stakeholder engagement* (akuntabilitas dan perjanjian stakeholder). Penyajian laporan disusun berdasarkan pos-pos atau akun-akun yang ada walaupun tidak ada nilai financial tetapi dijelaskan secara rinci menggunakan uraian-uraian yang jelas dan terstruktur dengan baik.

5. *Building trust and reputation* (membangun kepercayaan dan reputasi) Dalam laporan harus mengungkapkan apa yang ingin dicapai oleh perusahaan dan juga mengenai kegiatan perusahaan dalam usahanya untuk memberikan yang terbaik sesuai dengan kepentingan seluruh stakeholder.

6. *Competitive advantage* (keuntungan yang berkompetensi) Laporan harus memperlihatkan nilai lebih mengenai pelaksanaan CSR dalam kegiatannya sehingga dapat memberikan nilai kompetensi yang tinggi dibandingkan dengan pesaingnya.

7. *Risk reduction* (pengurangan resiko) Laporan menyajikan fakta-fakta dan hasil observasi yang memperlihatkan adanya penurunan resiko atau berkurangnya resiko dari penerapan CSR.

8. *Benchmarking* Laporan yang dibuat harus dapat dibandingkan dengan laporan yang dibuat dengan perusahaan lain sehingga dapat dilakukan perbaikan-perbaikan bagi unsur-unsur laporan yang dianggap masih kurang.

2.2.4 Manfaat Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR merupakan tanggung jawab sosial perusahaan memiliki dampak terhadap peningkatan kinerja ekonomi perusahaan, seperti meningkatkan penjualan legitimasi pasar, meningkatkan investor dipasar modal, meningkatkan nilai bagi kesejahteraan pemilik maupun karyawan (Hadi, 2011). Pelaksanaan CSR juga sebagai bentuk usaha menjaga hubungan perusahaan dengan para *stakeholder*. Dengan menjalankan CSR, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek, namun juga harus turut berkontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan meningkatkan kinerja bagi suatu entitas (Rusdianto, 2013).

2.2.5 Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Pengungkapan dalam laporan keuangan dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu pengungkapan yang sifatnya wajib (*mandatory disclosure*), yaitu pengungkapan yang merupakan ketentuan yang harus dicantumkan dalam laporan keuangan menurut standar yang berlaku. Dan pengungkapan yang sifatnya sukarela (*voluntary disclosure*) yaitu pengungkapan informasi melebihi yang diwajibkan (komalasari, 2011).

Laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan salah satu informasi yang harus dimuat dalam laporan tahunan. CSR merupakan salah satu kategori pengungkapan yang sifatnya sukarela dan tergantung pada kebijakan manajemen seperti termuat dalam PSAK Nomor 1 revisi 2013 “Entitas dapat pula menyajikan terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah, khususnya bagi industri dimana faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting. Laporan tersebut di luar ruang lingkup Standar Akuntansi Keuangan”.

Salah satu acuan standar pelaporan CSR yang paling banyak digunakan sebagai standar saat ini adalah *Global Reporting Initiative (GRI)*. GRI adalah organisasi independen internasional berpusat di Amsterdam yang membantu bisnis, pemerintah dan organisasi lainnya untuk memahami dan mengkomunikasikan dampak bisnis pada isu-isu keberlanjutan penting seperti perubahan iklim, hak asasi manusia, korupsi dan banyak lainnya. Salah satu karakter standar GRI adalah fokus pada isu-isu yang material. Materialitas dalam GRI digambarkan sebagai persilangan antara (1) signifikansi dampak ekonomi, sosial, serta lingkungan organisasi pelapor, dan (2) pengaruh terhadap penilaian dan keputusan pemangku kepentingan.

Standar terbaru *Global Reporting Initiative* adalah GRI-G4 yang diterbitkan tahun 2013. GRI-G4 membagi pengungkapan kedalam pengungkapan standar umum dan pengungkapan standar khusus. Pengungkapan CSR dalam standar ini termasuk dalam kategori pengungkapan standar khusus yang mempunyai tiga indikator yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial.

2.3 Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba pada tingkat penjualan asset dan ekuitas. Profitabilitas digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba pada tingkat yang dapat diterima. Anindita (2008) menyatakan profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba atau *profit* yang akan menjadi dasar pembagian dividen perusahaan. Harahap (2007) menyatakan bahwa rasio profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal atau dari jumlah karyawan perusahaan. Profitabilitas suatu perusahaan akan mempengaruhi kebijakan para investor atas investasi yang dilakukan. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba akan dapat menarik para investor untuk menanamkan dananya guna memperluas usahanya, sebaliknya tingkat profitabilitas yang rendah akan menyebabkan para investor menarik dananya. Sedangkan bagi perusahaan itu sendiri profitabilitas dapat digunakan sebagai evaluasi atas efektivitas pengelolaan badan usaha tersebut. Profitabilitas juga mempunyai arti penting dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang, karena profitabilitas menunjukkan apakah badan usaha tersebut mempunyai prospek yang baik dimasa yang akan datang, dengan demikian setiap badan usaha akan selalu berusaha meningkatkan profitabilitasnya, karena semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu badan usaha maka kelangsungan hidup badan usaha tersebut akan lebih terjamin.

Rasio yang digunakan untuk mengukur profitabilitas adalah *Gross Profit Margin*, *Net Profit Margin*, *Return on Assets*, *Return on Equity*, *Earning Per Share* dan *Payout Rate*. Pada umumnya ukuran profitabilitas yang digunakan adalah *Return on Equity* (ROE) dan *Return on Asset* (ROA). ROE (*Return on Equity*) adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dengan menggunakan modal sendiri dan menghasilkan laba bersih yang tersedia

bagi pemilik atau investor. ROE sangat bergantung pada besar kecilnya perusahaan, misalnya untuk perusahaan kecil tentu memiliki modal yang relatif kecil, sehingga ROE yang dihasilkanpun kecil, begitu pula sebaliknya untuk perusahaan besar. Sedangkan ROA (*Return on Asset*) merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan di dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia di dalam perusahaan, semakin tinggi rasio ini berarti semakin baik keadaan suatu perusahaan. Dalam penelitian ini untuk mengukur profitabilitas perusahaan digunakan *Return on Assets* (ROA), karena merupakan analisa keuangan yang menggambarkan kemampuan efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya. ROA sering disebut sebagai rentabilitas ekonomi yang memberikan informasi seberapa efisien suatu perusahaan dalam melakukan kegiatan usahanya. ROA merupakan rasio antara laba sesudah pajak terhadap aset perusahaan secara keseluruhan.

2.4 Ukuran Dewan Komisaris

Komisaris merupakan organ perseroan yang memegang fungsi pengawasan. Komisaris terdiri dari beberapa orang, sehingga lebih dikenal dengan dewan komisaris. Dewan komisaris adalah organ perseroan yang bertugas melakukan pengawasan secara umum dan atau khusus sesuai dengan anggaran dasar serta memberi nasihat kepada dewan direksi. Dewan komisaris melakukan pengawasan atas kebijakan pengurusan pada umumnya, baik mengenai perseroan maupun usaha perseroan dan memberi nasihat kepada direksi. Pengawasan tersebut dilakukan untuk kepentingan perseroan yang sesuai dengan maksud dan tujuan perseroan. Pengawasan dan pemberian nasihat yang dilakukan oleh dewan komisaris tidak untuk kepentingan pihak atau golongan tertentu tetapi untuk kepentingan perseroan secara menyeluruh (Mulyadi, 2002).

Banyak sedikitnya jumlah dewan komisaris mempunyai pengaruh yang besar terhadap mekanisme tata kelola perusahaan yang baik. Fungsi pengawasan dan pengendalian menjadi salah satu item dalam menilai kuatnya tata kelola

perusahaan, sehingga dengan jumlah dewan komisaris yang optimal dapat mengendalikan dan mengawasi setiap keputusan bisnis perusahaan.

Jumlah dewan komisaris dalam perusahaan dinilai dapat mempengaruhi kebijakan, strategi serta prosedur pengendalian internal dalam rangka pengelolaan perusahaan yang sesuai dengan ketentuan dan aturan internal. Peran dan fungsi dewan komisaris dalam perusahaan jika dijalankan dengan baik, benar dan berimbang antara bidang pengawasan dengan jumlah anggotanya, maka pihak manajemen akan lebih berhati-hati dalam pelaksanaan kegiatan operasional perusahaannya, karena jumlah dewan komisaris dinilai berkaitan dengan kuat lemahnya pengawasan terhadap manajemen perusahaan. Hal ini dapat mengurangi potensi kerugian akibat risiko operasional perusahaan sehingga dapat mempengaruhi kinerja perusahaan dari waktu ke waktu. Tugas dan tanggung jawab dewan komisaris dapat dirinci sebagai berikut:

1. Melakukan pengawasan atas jalannya pengurusan perseroan oleh direksi serta memberikan persetujuan dan pengesahan atas rencana kerja dan anggaran tahunan perseroan.
2. Mengadakan rapat atau pertemuan secara berkala untuk membahas pengelolaan operasional perseroan.
3. Mengawasi pengelolaan perseroan atas kebijakan yang telah ditetapkan oleh direksi dan memberikan masukan jika diperlukan.
4. Menominasikan dan menunjuk calon anggota dewan komisaris dan direksi untuk diajukan dan disetujui dalam RUPS Tahunan .
5. Menentukan jumlah remunerasi bagi anggota dewan komisaris dan direksi, berlandaskan pada wewenang yang diberikan dalam RUPS Tahunan.
6. Menunjuk dan menetapkan anggota komite audit.

Dalam melaksanakan tugas, dewan komisaris bertanggung jawab kepada RUPS. Pertanggung jawaban dewan komisaris kepada RUPS merupakan perwujudan akuntabilitas pengawasan atas pengelolaan perusahaan dalam rangka pelaksanaan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik. Kinerja dewan komisaris dievaluasi berdasarkan unsur-unsur penilaian kinerja yang disusun secara mandiri

oleh dewan komisaris. Pelaksanaan penilaian dilakukan pada setiap akhir periode tutup buku. Djuitaningsih (2012) menyatakan bahwa semakin besar ukuran dewan komisaris, maka pengalaman dan kompetensi kolektif dewan komisarisan bertambah, sehingga informasi yang diungkapkan oleh manajemen akan lebih luas, selain itu ukuran dewan komisaris yang lebih besar dipandang sebagai mekanisme *corporate governance* yang efektif untuk mendorong transparansi dan pengungkapan.

Dewan komisaris dalam perusahaan dibagi menjadi dua yaitu komisaris internal dan komisaris independen yang diambil dari pemegang saham terbesar atau publik, untuk dapat disebut sebagai komisaris independen harus memenuhi kriteria, syarat dan peraturan yang ada di Surat Edaran Ketua Bapepam-LK No.SE03/PM/2000. Pengertian dari komisaris independen sendiri adalah anggota dewan komisaris yang tidak terafiliasi dengan direksi, anggota dewan komisaris lainnya dan pemegang saham pengendali, serta bebas dari hubungan bisnis atau hubungan lainnya yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak independen atau bertindak semata-mata untuk kepentingan perseroan. Status independen terfokus kepada tanggung jawab untuk melindungi pemegang saham, khususnya pemegang saham independen dari praktik curang atau melakukan tindak kejahatan pasar modal. Ukuran atau jumlah dewan komisaris pada suatu perusahaan harus disesuaikan sesuai kebutuhan perusahaan sehingga tercipta efektivitas dan efisiensi.

2.5 Leverage

Leverage dapat diartikan sebagai tingkat ketergantungan perusahaan terhadap hutang dalam membiayai kegiatan operasinya, dengan demikian *leverage* juga mencerminkan tingkat resiko keuangan perusahaan (Yuliawati dan Sukirman, 2015). *Leverage* merupakan salah satu dari banyak variabel yang diduga berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Penelitian ini mengukur leverage menggunakan proxy *debt to equity ratio* (DER). *Leverage* dapat diartikan sebagai

tingkat ketergantungan perusahaan terhadap hutang dalam membiayai kegiatan operasinya, dengan demikian *leverage* juga mencerminkan tingkat resiko keuangan perusahaan (Yuliawati dan Sukirman, 2015). *Leverage* merupakan salah satu dari banyak variabel yang diduga berperangaruh terhadap pengungkapan CSR. Penelitian ini mengukur leverage menggunakan proxy *debt to equity ratio* (DER).

Leverage merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya baik jangka pendek maupun jangka panjang jika suatu perusahaan dilikuidasi seperti yang dinyatakan oleh Hadiningsih (2007) dalam Suryono (2011). Beberapa peneliti mendapatkan hasil yang berbeda dalam menganalisis pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan CSR. Anggraini (2006) menjelaskan bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan ungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah. Pendapat lain mengatakan bahwa semakin tinggi *leverage*, kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba di masa depan. Dengan laba yang dilaporkan lebih tinggi akan mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang. Manajer akan memilih metode akuntansi yang akan memaksimalkan laba sekarang.

2.6 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, total penjualan, rata-rata tingkat penjualan, rata-rata total aktiva, dan jumlah karyawan. Perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, luas pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Semakin besar suatu perusahaan akan semakin disorot oleh para *stakeholder*. Dalam kondisi

demikian perusahaan membutuhkan upaya yang lebih besar untuk memperoleh legitimasi stakeholder dalam rangka menciptakan keselarasan nilai-nilai sosial dari kegiatannya dengan norma perilaku yang ada dalam masyarakat (Suryono, 2011). Anggraini (2006) menjelaskan bahwa perusahaan besar cenderung akan memberikan informasi laba sekarang lebih rendah dibandingkan perusahaan kecil, sehingga perusahaan besar cenderung akan mengeluarkan biaya untuk pengungkapan informasi sosial yang lebih besar dibandingkan perusahaan kecil. Ukuran perusahaan dapat diprosikan dari nilai kapitalisasi pasar, total asset, log penjualan, dsb. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semakin besar perusahaan akan semakin berkepentingan untuk mengungkap informasi yang lebih luas.

Menurut Hadi (2011) tanggung jawab sosial perusahaan yaitu perusahaan yang mampu menghasilkan produk yang berorientasi positif dan ramah lingkungan. Tingkat keluasan informasi dalam kebijakan luas pengungkapan perusahaan akan meningkat seiring dengan meningkatnya ukuran perusahaan. Perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki tuntutan publik (*public demand*) akan informasi yang lebih tinggi dibanding dengan perusahaan yang berukuran kecil. Perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan, dan perusahaan yang lebih besar dengan aktifitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan semakin luas.

2.7 Penelitian Terdahulu

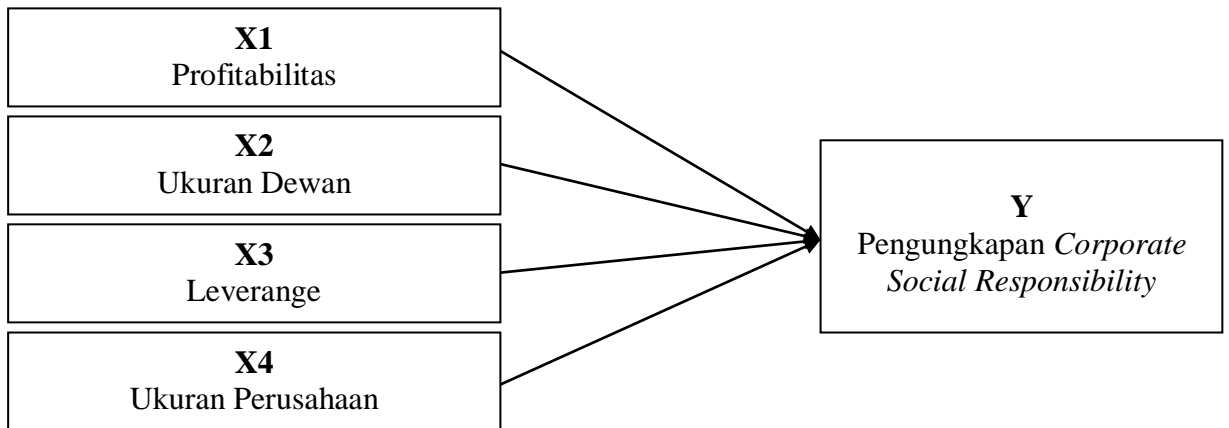
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil
<p>Maria Wijaya (2012)</p>	<p>Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek</p>	<p>X1: ukuran dewan komisaris X2: leverage X3: ukuran perusahaan X4: profitabilitas X5: kinerja lingkungan Y: pengungkapan CSR</p>	<p>X3 mempunyai pengaruh positif sedangkan X1, X2, X4, dan X5 tidak berpengaruh pada CSRD</p>
<p>Marzully Nur dan Denies Priantinah (2012)</p>	<p>Analisis Faktorfaktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility di Indonesia</p>	<p>X1:profitabilitas X2:ukuran perusahaan X3:kepemilikan saham publik X4:dewan komisaris X5:leverage X6:pengungkapan media Y: pengungkapan CSR</p>	<p>X1, X3, dan X6 mempunyai pengaruh positif, sedangkan X2, X4, dan X5 tidak berpengaruh pada CSRD</p>
<p>Heni Triastuti Kurnianingsih (2013)</p>	<p>Pengaruh Profitabilitas dan Size Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility</p>	<p>X1: profitabilitas X2: size Y: pengungkapan CSR</p>	<p>X1, dan X2 tidak memiliki pengaruh terhadap Y</p>

Rika Yuliawati, Sukirman (2015)	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	X1: kepemilikan asing X2: ukuran perusahaan X3: profitabilitas X4: leverage Y: pengungkapan CSR	X2, X3, dan X4 Memiliki pengaruh positif pada CSRD. sedangkan X1 tidak berpengaruh
Aprilia Rindiyawati (2017)	Faktor – faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR pada perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI	X1 : ukuran dewan komisaris X2 : profitabilitas X3 : Struktur kepemilikan saham publik X4 : Ukuran perusahaan Y : pengungkapan CSR	X1,X3,danX4 berpengaruh pada CSR sedangkan X2 tidak berpengaruh
Ahmad Marulloh (2018)	Faktor – faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR pada laporan tahunan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) bidang industri dan pupuk.	X1 : Profitabilitas X2 : Ukuran Dewan X3 : Leverage	X1,X2 dan X3 berpengaruh positif pada CSR

2.8 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori dan rumusan masalah penelitian, maka model kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



2.9 Bangunan Hipotesis

2.9.1 Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Profitabilitas dapat menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba melalui semua sumber daya yang ada (Wijaya, 2012; Hikmah et al., 2011; dan Rosiana et al., 2013). Bowman & Haire serta Belkaoui & Karpik (dalam Badjuri, 2011) mengatakan bahwa dengan adanya kepedulian sosial menghendaki manajemen untuk membuat perusahaan menjadi *profitable*. Kamil & Herusetya (dalam Rosiana et al., 2013) berasumsi bahwa tingkat profitabilitas yang semakin besar menunjukkan perusahaan mampu mendapatkan laba yang semakin besar, sehingga perusahaan mampu untuk meningkatkan aktivitas tanggung jawab sosial, serta mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan dengan lebih luas.

Hal ini senada dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Badjuri (2011), Rosiana et al. (2013), dan Nurkhin (2010), di mana mengidentifikasi profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Hal ini disebabkan karena manajemen ingin meyakinkan pemilik atau investor tentang profitabilitas yang dicapai perusahaan agar mereka meningkatkan kompensasi

untuk manajemen, oleh karena itu pihak manajemen melakukan pengungkapan yang lebih luas (Hikmah et al., 2011).

Widiawati (2012) perusahaan dengan profit yang lebih tinggi memiliki kecenderungan untuk melakukan intervensi kebijakan. Oleh karena itu, perusahaan tersebut akan terdorong untuk mengungkapkan informasi yang lebih rinci dalam laporan tahunan mereka dalam rangka mengurangi biaya politik dan menunjukkan kinerja keuangan kepada publik.

Suryono (2011) meneliti pengaruh profitabilitas terhadap *Sustainaibility Report* (SR). Ia menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki kemampuan kinerja keuangan yang baik, akan memiliki kepercayaan yang tinggi untuk menginformasikan kepada *stakeholder*-nya, karena perusahaan mampu menunjukkan kepada mereka bahwa perusahaan dapat memenuhi harapan mereka terutama investor dan kreditor.

Berdasarkan uraian diatas, maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H1 = Profitabilitas memiliki berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

2.9.2 Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap *Corporate Social Responsibility*

Dewan komisaris mempunyai peran sebagai seorang yang bertugas mengawasi dan memberikan saran-saran kepada direksi dalam lingkup pengelolaan perusahaan. Ukuran dewan komisaris yang besar dalam suatu perusahaan akan meningkatkan pengawasan terhadap kinerja direksi dalam mengelola perusahaan, termasuk dalam praktik dan pengungkapan CSR sesuai dengan teori *stakeholder* karena dewan komisaris sebagai wakil dari *shareholder* dan *stakeholder* perusahaan. Semakin banyak komisaris maka semakin mudah dalam pengontrolan kinerja manajer serta terciptanya efektivitas di perusahaan dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Semakin banyak dewan komisaris maka kualitas dan kuantitas pengungkapan CSR akan semakin baik sesuai dengan penelitian oleh Chariri (2011) yang meneliti hubungan antara ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, hasil dari penelitian-penelitian tersebut menunjukkan adanya hubungan signifikan positif antara ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan CSR. Dari penelitian Chariri dapat disimpulkan bahwa jumlah dewan komisaris akan mempengaruhi pengungkapan CSR perusahaan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Utami dan Rahmawati (2010) dan Fahmi (2015) tentang pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* menunjukkan hubungan positif. Sementara itu penelitian yang dilakukan Nur dan Priantinah (2012) dan Wijaya (2012) menunjukkan hasil yang negatif.

Berdasarkan uraian diatas, maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H2 = Ukuran Dewan memiliki berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

2.9.3 Pengaruh *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility*

Leverage menunjukkan gambaran tentang struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Ketika sebuah perusahaan memiliki utang, maka manajemen perusahaan akan berhadapan dengan tekanan kreditur utama yang ingin memeriksa penggunaan sumber daya keuangan perusahaan (Andrikopoulos, 2014). Oleh sebab itu, perusahaan dengan rasio leverage yang tinggi berkewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas dibanding dengan perusahaan yang memiliki rasio leverage yang rendah (Badjuri, 2011; Yintayani, 2011). Pengungkapan informasi sosial ini diperlukan untuk menghilangkan keraguan pemegang obligasi terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur (Schipper & Meek et al., dalam Yintayani, 2011).

Leverage merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya baik jangka pendek maupun jangka panjang jika suatu perusahaan

dilikuidasi seperti yang dinyatakan oleh Hadiningsih (2007) dalam Suryono (2011). Beberapa peneliti mendapatkan hasil yang berbeda dalam menganalisis pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan CSR.. Pendapat lain mengatakan bahwa semakin tinggi *leverage*, kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba di masa depan. Dengan laba yang dilaporkan lebih tinggi akan mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang. Manajer akan memilih metode akuntansi yang akan memaksimalkan laba sekarang.

Berdasarkan uraian diatas, maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H3 = Leverage memiliki berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

2.9.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility*

Ukuran perusahaan (*size*) merupakan variabel yang sering digunakan dalam penelitian untuk menjelaskannya dengan luas pengungkapan (Rhou et al., 2016; Zanjabil, 2015). Meskipun masih terdapat hasil penelitian yang berbeda, namun kebanyakan penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR (Wijaya, 2012; Andrikopoulus et al., 2014).

Semakin besar suatu perusahaan akan semakin disorot oleh para *stakeholder*. Dalam kondisi demikian perusahaan membutuhkan upaya yang lebih besar untuk memperoleh legitimasi stakeholder dalam rangka menciptakan keselarasan nilai-nilai sosial dari kegiatannya dengan norma perilaku yang ada dalam masyarakat (Suryono, 2011). Anggraini (2006) menjelaskan bahwa perusahaan besar cenderung akan memberikan informasi laba sekarang lebih rendah dibandingkan perusahaan kecil, sehingga perusahaan besar cenderung akan mengeluarkan biaya untuk pengungkapan informasi sosial yang lebih besar dibandingkan perusahaan kecil. Ukuran perusahaan dapat diproksikan dari nilai kapitalisasi pasar, total asset, log penjualan, dsb. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semakin

besar perusahaan akan semakin berkepentingan untuk mengungkap informasi yang lebih luas. Ukuran perusahaan dapat didasarkan pada jumlah aktiva (aktiva tetap, tidak berwujud dan lain-lain), jumlah tenaga kerja, penjualan ataupun kapitalisasi pasar (Siregar, 2013).

Berdasarkan uraian diatas, maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H4 = Ukuran Perusahaan memiliki berpengaruh terhadap pengungkapan CSR