

BAB II

KERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

CSR yaitu suatu konsep yang ditetapkan entitas untuk meningkatkan dan menjaga kesejahteraan *environment* dalam keadaan yang baik. Gagasan CSR menekankan bahwa kewajiban suatu perusahaan tidak semata untuk mencari laba, tetapi juga berkewajiban untuk bertanggungjawab terhadap sosial dan lingkungan.

Oleh karena itu, entitas dituntut untuk tidak hanya berfokus pada tingkat laba dan dividen saja, melainkan juga mempertimbangkan risiko produksi yang akan menimpa *environment* dalam jangka pendek maupun panjang. CSR ditujukan agar dunia bisnis meminimalisir pengaruh negatif terhadap aspek *environment* yang diakibatkan dalam jangka waktu aktivitas usaha berjalan (Pradnyani & Sisdyani, 2015)

WBCSD (*The World Business Council for Sustainable Development*) mengartikan CSR sebagai komitmen usaha untuk bersikap etis, beroperasi dengan legal, memberikan kontribusi terhadap pengembangan ekonomi, meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, beserta masyarakat lokal dan masyarakat pada umumnya (Gantino, 2016).

Terdapat 3 teori sebagai motivasi perusahaan dalam mengungkapkan aktivitas CSR dalam laporan keuangan, antara lain:

1. Teori Legitimasi

Teori legitimasi berfokus pada hubungan dua arah antara perusahaan dan masyarakat. Dasar dari pemikiran tersebut ialah pandangan yang

menyatakan bahwa perusahaan selalu berusaha menciptakan keselarasan dan keharmonisan antara nilai sosial dalam aktivitasnya dan aturan yang berlaku dalam sistem sosial masyarakat bahwa perusahaan adalah bagian dari sistem tersebut (Mandaika & Salim, 2016).

2. Teori *Stakeholder*

Teori *stakeholder* bukan hanya berfokus pada tujuan perusahaan untuk mendapatkan laba, tetapi juga berfokus pada menguntungkan *stackholder*.

Teori ini menekankan bahwa entitas memiliki keharusan untuk memberi manfaat bagi pihak yang berkepentingan. Sehingga tingkat adanya suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh *support* yang dari para pemegang kepentingan (Fatoni, Andini, & Rahardjo, 2016).

3. Teori Agensi

Teori agensi menyatakan bahwa terdapat hubungan kontraktual antarpihak dalam entitas. Terjadinya hubungan tersebut saat *principle* mempekerjakan *agent* untuk menyerahkan jasa serta kuasa dalam membuat suatu keputusan. Pihak *principle* yang dimaksud ialah investor dan pemegang saham dan manajemen merupakan pihak *agent*.

Berdasarkan teori agensi, inti hubungan kontraktual yang dimaksud adalah adanya pemisahan pekerjaan antara manajemen dan investor. Hal itu sering menimbulkan masalah keagenan antara pihak *agent* beserta *principle*, sehingga berdampak pada timbulnya biaya keagenan. Dengan demikian, manajemen berkehendak menyampaikan informasi dengan

maksimal guna meminimalisir biaya tersebut (Puspitasari dalam Mandaika & Salim, 2016).

Program CSR yaitu investasi bagi entitas demi keberlangsungan perusahaan yang bukan lagi dipandang sebagai sarana pengeluaran, melainkan sebagai sarana mendapatkan keuntungan. Informasi yang diungkapkan kepada masyarakat juga merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan dalam mewujudkan komitmen moral untuk mendistribusi sebagian *profit*-nya untuk mendukung dan membangun masyarakat lokal beserta lingkungannya (Rindawati & Asyik, 2015).

Setiap perusahaan pastinya memiliki karakteristik yang menunjukkan adanya perbedaan antara perusahaan tersebut dengan perusahaan lainnya. Karakteristik suatu perusahaan ialah gambaran bentuk badan usaha dimana dapat dilihat dari struktur modal, syarat beserta tahap pendiriannya, perubahan dan pembubarannya, *company size*, dan *profitability*. Karakteristik perusahaan juga terdiri dari: jenis usaha, struktur kepemilikan, *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, beserta dewan komisaris (Subiantoro & Mildawati, 2015).

Pelaksanaan beserta pengungkapan CSR merupakan dampak yang logis dari penerapan GCG. Prinsip dari pernyataan ini yaitu entitas perlu memperhatikan kepentingan *stakeholder* berdasarkan peraturan yang ada serta aktif menjalankan kolaborasi dengan para pemegang kepentingan demi keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang. Pengimplementasian dan pengendalian pengendalian GCG memerlukan komitmen dari seluruh jajaran organisasi, antara lain: *top management* yang menetapkan tata tertib dan kebijakan dasar dalam perusahaan

serta semua pihak didalam perusahaan yang mematuhi dan berperan dalam menerapkan kode etik. Jika sistem tata kelola perusahaan memiliki struktur GCG (dewan komisaris dan direksi, komite audit, dan lainnya) dengan pelaksanaan serta landasan yang baik, sehingga berguna untuk mengendalikan serta mengatur entitas.

Selain itu, struktur serta prosedur GCG dapat mendukung dalam pelaksanaan beserta pengungkapan CSR di Indonesia (Rohmah, 2015).

Profitabilitas memperlihatkan kemampuan entitas untuk menghasilkan profit sehingga dapat berdampak pada pengambilan keputusan untuk berinvestasi, artinya semakin baik kemampuan keuangan oleh investor, maka entitas akan memiliki kepercayaan yang tinggi dalam menginformasikan CSR-nya (Herawati, 2015).

Perusahaan dapat meningkatkan keuntungan bagi pemegang saham melalui hutang (*financial leverage*). Keuntungan tersebut dapat ditempatkan dalam bentuk pertanggungjawaban sosial perusahaan yang bertujuan untuk memperoleh penilaian yang baik dari masyarakat terhadap perusahaan (Rahmazaniati, Nadirsyah, & Abdullah, 2014).

Ukuran perusahaan yang lebih besar akan semakin diketahui oleh masyarakat karena semakin mudah masyarakat untuk memperoleh informasi terkait entitas. Oleh sebab itu entitas dengan ukuran besar cenderung mendapatkan pengawasan yang lebih dari masyarakat jika dibandingkan dengan perusahaan ukuran kecil, sehingga perusahaan besar cenderung mengungkapkan lebih banyak informasi CSR (Herawati, 2015).

Perusahaan yang berprofil tinggi pada umumnya memperoleh perhatian dari masyarakat dikarenakan kegiatan operasionalnya yang berpotensi untuk berhubung dengan kepentingan luas. Sebaliknya, perusahaan yang berprofil rendah sangat jarang diperhatikan oleh masyarakat karena kegiatan operasional yang mereka lakukan pernah mengalami kegagalan dalam hasil ataupun proses produksinya (Indrawati dalam Subiantoro & Mildawati, 2015).

Banyaknya anggota komite audit merupakan salah satu prosedur dalam GCG yang diharapkan dalam pengawasan manajemen perusahaan untuk merealisasikan asas tanggung jawab yang baik terhadap *environment*, sehingga dapat menjamin kemauan *stakeholder* untuk menerapkan program CSR dan mengungkapkan ke khalayak publik (Nugroho & Yulianto, 2015).

Dalam literatur tata kelola perusahaan, adanya direktur independen dianggap memperkuat dewan dalam memonitor kegiatan manajemen suatu perusahaan, Dengan adanya proporsi direktur independen yang tinggi, maka perusahaan lebih bertanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya dibandingkan dengan entitas yang rendah proporsi direktur independennya (Ika, Dwiwinarno, & Widagdo, 2017).

Struktur kepemilikan suatu entitas dapat memberi motivasi yang berbeda dalam mengawasi entitas beserta manajemen dan dewan direktur. Struktur kepemilikan juga menerangkan bahwa sebagai seorang pemilik suatu entitas, mereka memiliki *responsibility* dan komitmen untuk menyelamatkan serta mengelola perusahaan. Oleh karena itu disamping memperbaiki kinerja perusahaan dalam segi keuangan, terdapat cara-cara yang harus dilakukan pemilik untuk

membuat perusahaan tetap beroperasi dengan baik secara berkelanjutan termasuk dengan melakukan praktik CSR (Pradana & Suzan, 2016).

Institusional perusahaan yang tinggi tingkat kepemilikannya akan berdampak lebih ketatnya pengawasan oleh investor institusional yang dapat menghambat kurangnya pertanggungjawaban manajemen korporasi dan meningkatkan kualitas keputusan investasi dalam CSR (Laksmitaningrum dan Purwanto dalam Purwanto *et al.*, 2017).

Kepemilikan asing didasari oleh teori legitimasi bahwa apabila entitas mempunyai kontrak dengan para pemangku kepentingan orang asing dalam *ownership* ataupun *trade*, entitas akan lebih didorong untuk melakukan CSR (Manurung & Muid, 2015).

Kepemilikan pemerintah didasari oleh teori institusional bahwa kepemilikan pemerintah berhubungan positif dengan pengungkapan CSR karena institusi pemerintah sebagai lembaga yang dipercaya oleh publik dalam hal penegasan terhadap perusahaan yang tidak menerapkan program CSR (Ningrum & Faisal, 2014).

Umur perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan tetap mampu bersaing. Semakin lama perusahaan tersebut berdiri maka akan semakin tinggi perusahaan diharapkan untuk mengungkapkan CSR-nya (Herawati, 2015).

2.2 Metode Penelitian Terdahulu

Mulainya studi mengenai *CSR Disclosure* tahun 1970-an mengenai penelitian yang menganalisis *annual report* entitas negara-negara maju yang ada

dalam US *Fortune* 500. Dalam penelitian ini area-area yang terdapat dalam CSR didefinisikan sebagai: produk, lingkungan, personil, kesempatan yang sama (*equal opportunity*); beserta keterlibatan masyarakat (*community involvement*) (Ernst & Ernst, 1978).

Penelitian selanjutnya menganalisis tentang keterkaitan antara pengungkapan, kinerja sosial dan kinerja ekonomi serta literatur empiris yang berfokus pada keterkaitan antara pengungkapan serta kinerja sosial, pengungkapan sosial serta kinerja ekonomi, serta kinerja sosial serta ekonomi. Variabel yang digunakan adalah kinerja sosial, *stock price differential return*, risiko market yang sistematis, *leverage*, *dividend to unrestricted retained earnings*, *accounting return on assets*, *size*, *capital intensity* (Belkaoui & Karpik, 1989).

Penelitian mengenai pengaruh *company characteristic* terhadap *CSR Disclosure* yang dilakukan dengan memanfaatkan 78 entitas yang tercantum di JSX sebagai sampel data. Penelitian ini memanfaatkan ukuran perusahaan, profitabilitas, profil perusahaan, *size of board of commissioner*, dan *leverage* sebagai variabel independen (Sembiring, 2005).

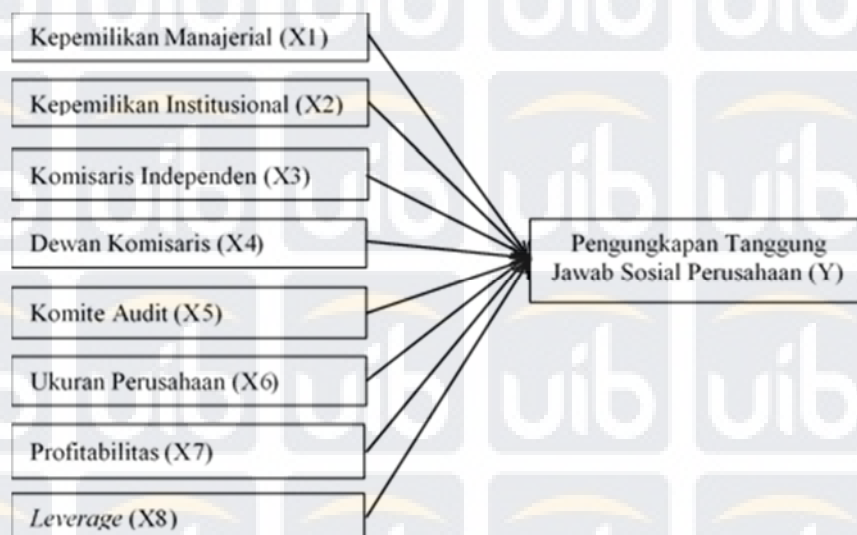
Studi tentang pengungkapan CSR di *Jakarta Stock Exchange* dengan memanfaatkan 76 data entitas yang terdaftar pada JSX tahun 2003-2005. Variabel yang dimanfaatkan berupa: kepemilikan manajerial, profitabilitas, *leverage*, profil perusahaan dan ukuran perusahaan (Rahman & Widyasari, 2008).

Penelitian tentang hubungan antara *company characteristic* dengan pengungkapan CSR di Bangladesh dengan menggunakan sampel sebanyak 70 perusahaan pada tahun 2010. Penelitian ini menggunakan variabel independen,

yakni: ukuran aset, kapitalisasi market, profitabilitas, *MNC affiliation*, dan umur perusahaan (Sufian, 2012).

Penelitian yang menganalisis tentang pengaruh GCG beserta kinerja perusahaan terhadap *CSR Disclosure* pada perusahaan telekomunikasi Indonesia.

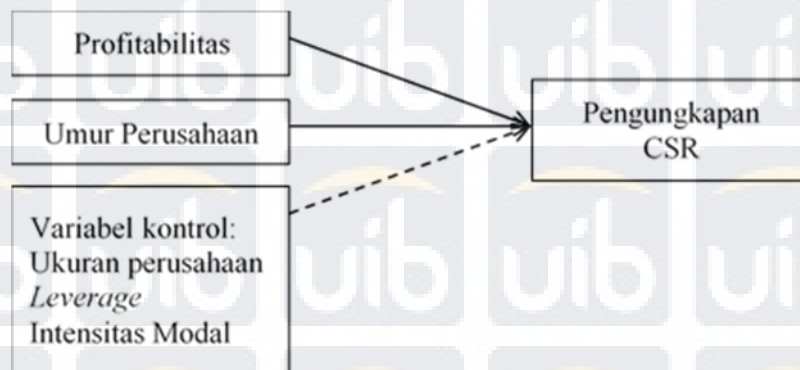
Variabel yang dimanfaatkan berupa: kepemilikan manajerial beserta institusional, komisioner independen, *board of commissioners*, ukuran komite audit, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage*. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan *saturation sampling* dari 6 perusahaan (Abriyani, Wiryono, & Sumirat, 2012).



Gambar 2.1 Model penelitian tentang GCG dan kinerja perusahaan terhadap pengungkapan CSR, sumber: (Abriyani *et al.*, 2012).

Studi tentang pengungkapan CSR pada entitas yang tercatat di Libyan dalam periode 2007-2009 dengan menggunakan sampel data sebanyak 40 perusahaan. Variabel yang dimanfaatkan berupa: umur perusahaan, ukuran perusahaan, dan *industry type* (Bayoud, Kavanagh, & Slaughter, 2012).

Penelitian yang menganalisis tentang pengungkapan CSR pada perusahaan industri kimia serta dasar yang tercatat di BEI dengan sampel data penelitian sebanyak 113 perusahaan. Penelitian ini memanfaatkan variabel profitabilitas dan umur perusahaan. Penelitian ini memiliki variabel kontrol, yakni: ukuran perusahaan, *leverage*, dan intensitas modal (Arjanggie & Zulaikha, 2015).



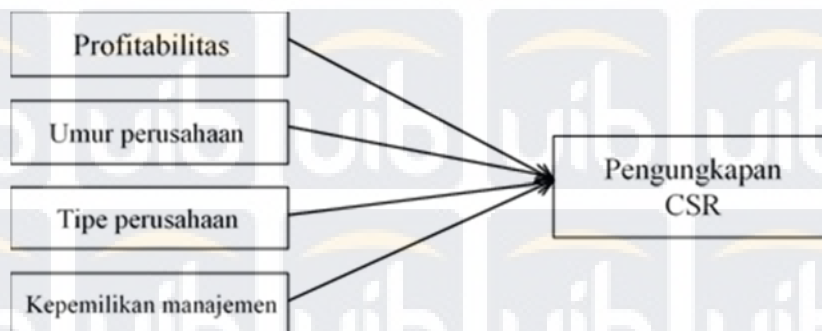
Gambar 2.2 Model penelitian tentang pengungkapan CSR dalam perusahaan industri dasar dan kimia di Indonesia, sumber: (Arjanggie & Zulaikha, 2015).

Penelitian tentang pengungkapan CSR pada perusahaan publik di Indonesia diterapkan dengan memanfaatkan sampel sebanyak 34 entitas dimana tercantum di BEI tahun 2010-2012. Variabel yang dimanfaatkan yaitu: konsentrasi kepemilikan, kepemilikan manajerial, asing serta pemerintah. Ukuran perusahaan, profitabilitas, umur perusahaan, serta *leverage* sebagai variabel kontrol (Ningrum & Faisal, 2014).

Studi yang meneliti tentang faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR beserta pengaruhnya terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang berindeks SRI-KEHATI dan tercatat dalam BEI dengan memanfaatkan sampel data sebanyak 16 perusahaan tahun 2009 hingga 2013. Penelitian ini memanfaatkan

variabel profitabilitas dan *financial leverage* sebagai variabel independen (Rahmazaniati *et al.*, 2014).

Penelitian mengenai pengungkapan CSR yang mendasari ISO 26000 pada emiten keuangan serta pertambangan yang tercatat di BEI dengan memanfaatkan sampel data sebanyak 60 laporan tahunan perusahaan dalam periode 2011-2012. Studi ini memanfaatkan profitabilitas, umur perusahaan, tipe perusahaan, beserta kepemilikan manajemen sebagai variabel independen (Saputro & Raharja, 2014).



Gambar 2.3 Model penelitian mengenai pengungkapan CSR dalam perusahaan keuangan dan pertambangan di Indonesia, sumber: (Saputro & Raharja, 2014).

Penelitian tentang tingkat pengungkapan CSR dengan memanfaatkan variabel bebas ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan ukuran dewan komisaris. Penelitian ini menggunakan 66 sampel emiten yang dipilih melalui *purposive sampling* (Pradnyani & Sisdyani, 2015).

Penelitian mengenai CSR pada *manufacturing company* yang tercatat di IDX tahun 2011-2013 dengan sampel data sebanyak 20 perusahaan. Variabel independen yang dimanfaatkan yaitu profitabilitas dan *leverage* (Purwaningsih & Suyanto, 2015).

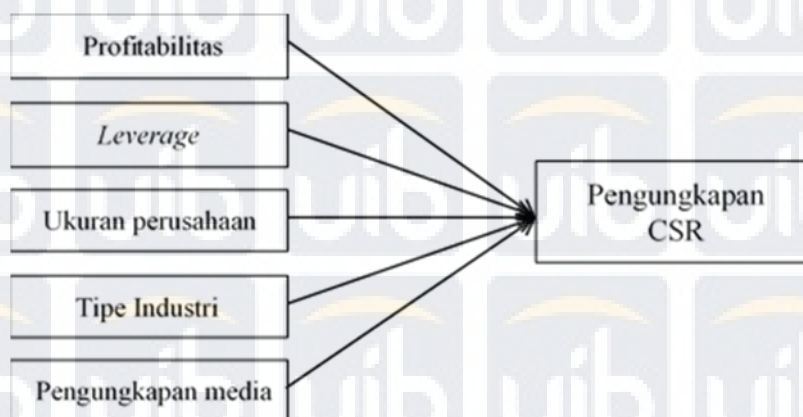


Gambar 2.4 Model penelitian tentang pengungkapan CSR dalam perusahaan manufaktur di Indonesia, sumber: (Purwaningsih & Suyanto, 2015).

Studi tentang pengungkapan CSR di Indonesia dengan menggunakan sampel data sebanyak 162 perusahaan manufaktur dalam periode 2011-2013.

Variabel independen mencakup: ukuran dewan komisaris, kepemilikan asing, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* (Manurung & Muid, 2015).

Studi yang menganalisis tentang pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur dimana tercatat di BEI tahun 2014 dengan sampel data sebanyak 111 laporan tahunan emiten. Variabel independen yang digunakan antara lain: profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, tipe industri, dan pengungkapan media (Respati & Hadiprajitno, 2015). Berikut merupakan tampilan gambar model penelitian ini:



Gambar 2.5 Model penelitian tentang pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur di Indonesia, sumber: (Respati & Hadiprajitno, 2015).

Penelitian tentang tingkat pengungkapan CSR di USA memanfaatkan sebanyak 366 sampel data entitas yang terdaftar di *Fortune* 500 di USA tahun 2011.

Variabel yang dimanfaatkan berupa: *size, financial leverage, profitability, CEO duality, board's size, meetings*, dan *age, woman on board, industry profile* (Giannarakis, 2015).

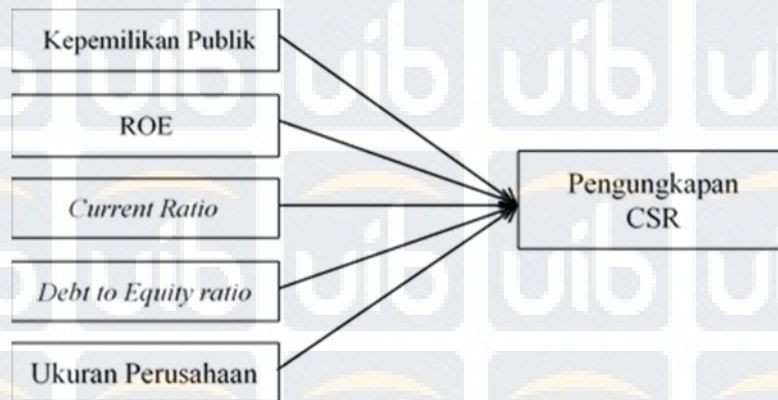
Penelitian yang menganalisis tentang pengungkapan CSR pada entitas yang tercantum di BEI memanfaatkan sampel data sebanyak 211 data perusahaan dengan kategori *non-financial companies* dalam periode 2009-2013. Variabel dalam studi ini berupa: komisaris independen, kepemilikan individu, pemerintah, komite audit, ukuran perusahaan, profitabilitas, margin kontribusi, likuiditas, efek pengungkit, umur perusahaan, dan ukuran audit (Chandra & Jurnal, 2015).

Studi yang menganalisis tentang CSR pada perusahaan perbankan di Jordan dengan memanfaatkan sampel sebanyak 13 perusahaan yang terdaftar pada *Amman Stock Exchange*. Variabel yang dimanfaatkan yaitu: ukuran perusahaan, ROE, dan ROA sebagai variabel independen (Nawaiseh, Boa, & El-shohnah, 2015).

Penelitian dimana menganalisis tentang hubungan antara indikator GCG dan pengungkapan CSR dengan memanfaatkan sampel sebesar 146 perusahaan yang terdaftar pada BM&FBovespa di negara Brazil pada tahun 2012. Variabel independen terdiri dari: *board independence, CEO duality*, komite audit, *board size*, ukuran perusahaan, *debt*, dan EPS (Furtado, Ramon, & Moreira, 2016).

Studi tentang pengungkapan CSR pada entitas *real estate* dan properti yang tercatat di BEI periode 2011-2014 memanfaatkan sampel sebanyak 33

perusahaan. Variabel independen studi ini terdiri dari: kepemilikan publik, ROE, *current ratio*, umur perusahaan, dan ukuran perusahaan (Fatoni *et al.*, 2016).



Gambar 2.6 Model penelitian tentang pengungkapan CSR dalam perusahaan *real estate* dan properti di Indonesia, sumber: (Fatoni *et al.*, 2016).

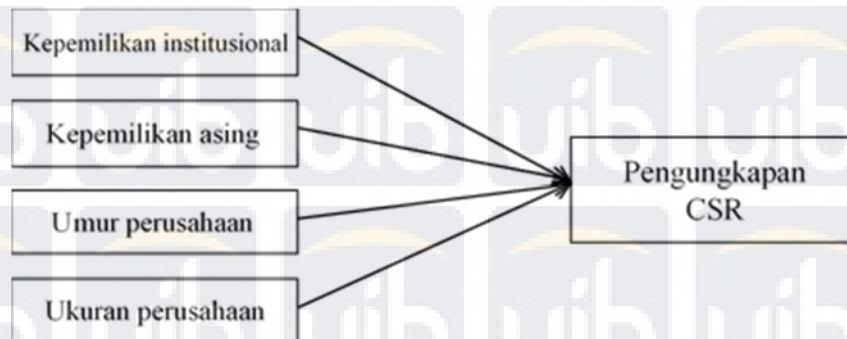
Penelitian tentang penyelidikan hubungan antara beberapa mekanisme GCG terhadap pengungkapan CSR memanfaatkan sampel data sebanyak 128 perusahaan pada periode 2009-2014. Variabel yang digunakan meliputi : kepemilikan intitusional, *non-executive managers*, *board size*, ukuran auditor, ukuran perusahaan, umur perusahaan, *leverage*, dan ROA (Arani, 2016).

Penelitian tentang pengungkapan CSR dalam periode tahun 2011-2013 dimana memanfaatkan sampel data sebanyak 96 emiten manufaktur di BEI dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini memanfaatkan ukuran perusahaan, kinerja keuangan, tipe industri, beserta *leverage* sebagai variabel independen (Mandaika & Salim, 2016).

Studi tentang *CSR Disclosure* pada laporan tahunan perusahaan manufaktur yang tercatat pada IDX tahun 2015 dengan memanfaatkan sampel sebanyak 77 emiten dan metode *purposive sampling*. Penelitian ini memanfaatkan

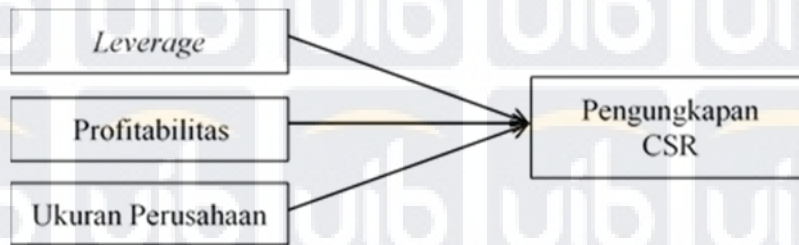
variabel independen berupa: kepemilikan manajemen, *leverage*, profitabilitas, dan likuiditas (Masyitah, 2016).

Penelitian tentang variabel yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur di BEI selama 2011-2014 memanfaatkan sampel sebanyak 18 perusahaan. Penelitian ini memanfaatkan variabel: kepemilikan institusional dan asing, umur perusahaan, serta ukuran perusahaan (Pradana & Suzan, 2016).



Gambar 2.7 Model penelitian mengenai pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur di BEI, sumber: (Pradana & Suzan, 2016).

Studi yang menyelidiki mengenai pengungkapan CSR pada perusahaan di BEI dalam tahun 2010-2014 menjadikan entitas yang berprofil tinggi sebagai sampel data. Penelitian ini memanfaatkan variabel: *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan (Saputra, 2016).



Gambar 2.8 Model penelitian tentang pengungkapan CSR pada perusahaan di BEI, sumber: (Saputra, 2016).

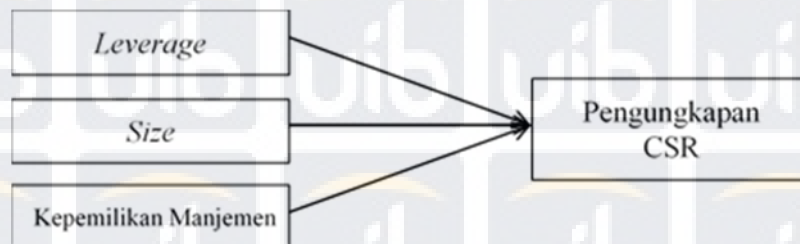
Penelitian tentang tingkat perubahan pengungkapan CSR dimana menguji pengaruh tata kelola perusahaan terhadap pengungkapan CSR dengan sampel data sebanyak 115 laporan tahunan perusahaan publik di BEI dalam periode 2011-2012. Variabel bebas berupa: *board size*, *board independence*, keefektifan komite audit, *ownership concentration*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan (Ika *et al.*, 2017).

Studi yang menganalisis tentang mekanisme yang berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada entitas GLC dimana tercatat di Bursa Efek Malaysia dengan sampel data sebanyak 16 perusahaan dalam jangka waktu 2011-2015. Variabel bebas atau independen dalam penelitian ini berupa: profitabilitas, *board size*, dewan direktur independen, dan ukuran perusahaan (Baba, 2017).

Penelitian tentang pengaruh *firm's characteristics* terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur di Malaysia serta Indonesia memanfaatkan sampel data sebanyak 172 perusahaan di Indonesia dan 61 perusahaan di Malaysia tahun 2014. Variabel independen yang digunakan berupa: *size*, *profitability*, *leverage*, dan *liquidity* (Gantjowati & Agustine, 2017).

Studi yang menganalisis tentang pengungkapan CSR pada emiten manufaktur dimana tercantum di Indonesia dengan sampel data sebanyak 17

perusahaan dalam periode 2013-2015. Variabel yang dimanfaatkan ialah *leverage*, *size*, beserta kepemilikan manajemen (Robiah & Erawati, 2017).



Gambar 2.9 Model penelitian tentang *leverage*, *size*, dan kepemilikan manajemen terhadap pengungkapan CSR di Indonesia, sumber: (Robiah & Erawati, 2017).

Studi tentang pengungkapan CSR di Arab Saudi diterapkan dengan memanfaatkan 109 sampel perusahaan yang terdaftar pada *Saudi Stock Exchange Market* dalam periode 2012-2014. Variabel independen yang digunakan adalah *board independence*, *board size*, *board meetings*, *CEO duality*, ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas, umur perusahaan, dan tipe perusahaan (Issa, 2017).

Penelitian tentang pengungkapan CSR pada perusahaan yang tercatat di IDX dengan total sampel sebanyak 9 perusahaan jasa dalam periode 2014-2015. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kepemilikan saham publik dan ROA (Hamdani *et al.*, 2017).

Studi yang menganalisis tentang pengungkapan CSR perusahaan yang tercatat di Pakistan dengan memanfaatkan 179 sampel emiten yang tercatat di BEP periode 2009-2015. Variabel independen yang dimanfaatkan adalah *board size*, *board independence*, *board meetings*, *gender diversity*, total aset, *shares*, ROE, DPS, dan *tobin' q* (Naseem, Riaz, Rehman, Ikram, & Malik, 2017).

Penelitian tentang pengungkapan CSR pada emiten non-finansial yang tercatat di BEI periode 2013-2015 dengan memanfaatkan sampel data sebanyak 10 entitas. Variabel independen yang dimanfaatkan untuk meneliti studi ini yaitu: kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, beserta ukuran perusahaan (Purwanty *et al.*, 2017).

Penelitian tentang topik pengungkapan CSR yang berjudul “Pengaruh *Size*, *Leverage*, dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI” memanfaatkan sampel data perusahaan manufaktur yang menghasilkan laba dan melaporkan beserta mempublikasikan laporan tahunan dalam 2010-2012. Penggunaan variabel independen studi ini berupa: *size*, *leverage*, dan profitabilitas (Wahyuningsih & Mahdar, 2018).

2.3 Pengaruh Variabel Independen terhadap Dependen

2.3.1 Profitabilitas

Perusahaan disebutkan baik jika memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi. Profitabilitas yaitu suatu kinerja perusahaan untuk menghasilkan laba guna meningkatkan nilai *stakeholder* dan merealisasikan manajemen memiliki kebebasan untuk mengungkapkan CSR kepada *stakeholder*. Tingkat profitabilitas perusahaan yang tinggi akan lebih termotivasi untuk mengungkapkan informasi dengan baik dibandingkan profitabilitas yang rendah (Arjanggie & Zulaikha, 2015). Perusahaan yang tingkat profitabilitasnya tinggi cenderung memiliki kesanggupan yang memadai untuk membayar beban pengungkapan CSR dan melakukan kegiatan perusahaan dengan benar demi kepentingan *stakeholder*-nya. Hal ini

membuat perusahaan lebih dipercaya oleh publik, sehingga akan meningkatkan akuntabilitas perusahaan (Lu dan Abeyssekara dalam Diantimala & Amril, 2018).

Sehingga profitabilitas perusahaan dibuktikan berdampak positif terhadap pengungkapan CSR (Rahmazaniati *et al.*, 2014); (Chandra & Jurnal, 2015); (Herawati, 2015); (Nawaiseh *et al.*, 2015); (Pradnyani & Sisdyani, 2015); (Purwaningsih & Suyanto, 2015); (Hamdani *et al.*, 2017); (Wahyuningsih & Mahdar, 2018).

Profitabilitas merupakan faktor yang bersifat fleksibel dan memberi kebebasan kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan luasnya program CSR kepada *shareholder*. Berdasarkan teori legitimasi, terdapat satu argumen yang menyatakan bahwa hubungan antara profitabilitas dan CSR yaitu ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan beranggapan bahwa pengungkapan CSR tidak perlu dilakukan karena dianggap sebagai mekanisme dimana dapat mengganggu kesuksesan *information* laporan perusahaan. Jika tingkat profitabilitas rendah, maka perusahaan akan mengungkapkan kegiatan yang menunjukkan kepedulian terhadap lingkungan sekitar dalam laporan tahunan, dengan demikian investor akan berinvestasi di perusahaan tersebut (Trisnawati dalam Sulistyawati, Surjanti, & Triyani, 2016)

Profitabilitas dibuktikan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Hasil ini menghasilkan argumen yang menyatakan bahwa pengungkapan ekonomi lebih penting dibandingkan dengan pengungkapan sosial (Giannarakis, 2015); (Arani, 2016); (Baba, 2017); (Sahboun *et al.*, 2017).

H1: Profitabilitas bersignifikan positif terhadap Pengungkapan CSR

2.3.2 *Leverage*

Financial leverage yaitu sumber dana atau pembiayaan eksternal perusahaan yang digunakan untuk dialokasikan pada aset atau untuk melakukan investasi (Sari dalam Mandaika & Salim, 2016). Sesuai dengan teori *stakeholder*, perusahaan akan lebih banyak mengungkapkan informasi jika tingkat *leverage* tinggi. Hal ini dilakukan guna menimbulkan kepercayaan dan menghilangkan rasa ragu para pemangku kepentingan akan kemampuan perusahaan karena dukungan *stakeholder* sangat berpengaruh terhadap keberhasilan suatu perusahaan (Respati & Hadiprajitno, 2015).

Disamping itu, terdapat argumen dari penelitian yang berbeda. Emiten dengan tingkat *leverage* yang rendah mencerminkan bahwa emiten memiliki kemampuan yang baik dalam pendanaan dari pemegang saham. Sedangkan tingkat *leverage* dikatakan tinggi jika pendanaan kegiatan perusahaan lebih banyak berasal dari *debtholders*. Untuk meminimalisir pinjaman dari eksternal perusahaan, maka manajemen perusahaan berfokus pada peningkatan laba perusahaan sehingga tingkat pengungkapan CSR dikurangi (Pradnyani & Sisdyani, 2015). Oleh karena itu *financial leverage* dibuktikan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR (Evandini & Darsono, 2014); (Permatasari & Prasetyono, 2014); (Rahmazaniati *et al.*, 2014); (Purwaningsih & Suyanto, 2015). Namun terdapat penelitian dimana *leverage* tidak terdapat pengaruh terhadap pengungkapan CSR (Pahuja, 2016); (Gantjowati & Agustine, 2017).

H2: *Leverage* bersignifikan negatif terhadap Pengungkapan CSR

2.3.3 Ukuran perusahaan

Size yaitu suatu pengukuran guna mengelompokkan besar kecilnya sebuah emiten bisnis. Skala ukuran entitas dapat memberikan pengaruh terhadap luasnya pengungkapan *information* dalam sebuah laporan keuangan (Subiantoro & Mildawati, 2015).

Ukuran entitas yang besar cenderung mempunyai kegiatan dan *shareholder* yang lebih banyak dan lebih berdampak terhadap masyarakat sehingga cenderung diperhatikan oleh publik. Hal ini menyebabkan tekanan yang didapatkan oleh entitas agar memiliki kesadaran untuk mengungkapkan CSR. Dalam teori agensi mencerminkan kaitan ukuran entitas terhadap pengungkapan CSR bahwa emiten berskala besar akan menghasilkan biaya agensi yang tinggi, maka perusahaan besar cenderung akan mengungkapkan CSR yang lebih banyak (Subiantoro & Mildawati, 2015). Sehingga *firm size* dibuktikan bersignifikan positif terhadap pengungkapan CSR (Evandini & Darsono, 2014); (Permatasari & Prasentiono, 2014); (Trisnawati, 2014); (Herawati, 2015); (Razak, 2015); (Respati & Hadiprajitno, 2015); (Fatoni *et al.*, 2016); (Purwanty *et al.*, 2017); (Robiah & Erawati, 2017).

Namun terdapat berbagai studi yang mengemukakan ukuran perusahaan tidak bersignifikan terhadap pengungkapan CSR (Manurung & Muid, 2015); (Mandaika & Salim, 2016); (Pradana & Suzan, 2016); (Tan *et al.*, 2016).

H3: Ukuran Perusahaan bersignifikan positif terhadap Pengungkapan CSR

2.3.4 Profil Perusahaan

Profil perusahaan merupakan sejenis entitas bisnis berdasarkan sektor usaha yang digerakkannya. Profil perusahaan dikelompokkan menjadi dua jenis, yakni perusahaan yang *high-profile* dan perusahaan yang *low-profile* (Subiantoro dan Mildawati, 2015). Perusahaan yang diklasifikasikan sebagai *high-profile* lebih diperhatikan masyarakat karena kegiatan operasionalnya memiliki kemampuan dan kemungkinan besar berhubungan langsung dengan masyarakat. Hal ini dapat memacu entitas yang berprofil tinggi untuk mengungkapkan informasi yang lebih kepada masyarakat (Respati & Hadiprajitno, 2015).

Pemikiran diatas sejalan dengan teori legitimasi dimana entitas membutuhkan pengakuan atau legitimasi dari masyarakat. Perusahaan harus mampu mengungkapkan informasi yang jelas dan benar untuk mendapat pengakuan dari masyarakat. Hal ini disebabkan oleh kemampuan perusahaan yang berprofil tinggi dinilai mampu memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat dibandingkan entitas yang rendah profilnya. Oleh karena itu, entitas berprofil tinggi diharapkan mampu untuk menyampaikan informasi sosial yang lebih luas dari perusahaan berprofil rendah. Studi ini membuktikan bahwa profil perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan (Rahman & Widyasari, 2008); (Chan *et al.*, 2014); (Istianingsih, 2015); (Mandaika & Salim, 2016); (Diantimala & Amril, 2018). Akan tetapi, terdapat beberapa studi yang mengemukakan bahwa profil tidak berpengaruh terhadap CSRD (Hamid, 2004); (Kansal *et al.*, 2014); (Othman *et al.*, 2017).

H4: Profil Perusahaan bersignifikan positif terhadap Pengungkapan CSR

2.3.5 Komite Audit

Komite audit merupakan salah satu bagian dari entitas yang disusun guna membantu pekerjaan dewan komisaris. Komite audit juga bertugas untuk mendukung prinsip pertanggungjawaban dalam penerapan GCG dimana entitas memiliki keharusan untuk memberi informasi yang efisien kepada para pemangku kepentingan. Informasi yang diberikan salah satunya yaitu pengungkapan CSR (Nugroho & Yulianto, 2015).

Besarnya komite audit diharapkan dapat mengawas baiknya kinerja manajemen dalam mewujudkan asas *responsibility* terhadap *environment*, sehingga keinginan pemegang saham untuk mengungkapkan CSR dapat terjamin. Selain itu juga membuktikan bahwa entitas telah berbisnis sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku (Nugroho & Yulianto, 2015). Sehingga penelitian ini membuktikan bahwa komite audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR (Abriyani *et al.*, 2012); (Khan, *et al.*, 2012); (Jizi *et al.*, 2014); (Restu *et al.*, 2017); (Ika *et al.*, 2017).

Adapun penelitian yang mengemukakan bahwa ukuran komite audit tidak mempengaruhi pengungkapan CSR (Furtado *et al.*, 2016); (Habbash, 2016); (Dias *et al.*, 2017).

H5: Komite Audit berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR

2.3.6 Independensi Dewan Direktur

Berdasarkan teori agensi, direktur dengan proporsi direktur independen yang tinggi akan lebih efektif dalam memonitor dan mengendalikan manajemen.

Direktur independen diekspetasi lebih berhasil dalam mengarahkan manajemen ke

kegiatan peningkatan nilai perusahaan dalam jangka panjang. Direktur independen disebutkan dapat menilai kinerja manajemen yang lebih baik dibandingkan direktur eksekutif karena direktur eksekutif kurang terlibat dalam pengembangan strategi dan bisnis perusahaan (Jizi *et al.*, 2014).

Proporsi dewan direktur independen diharapkan dapat berguna dalam peningkatan kebijakan dan strategi dan mengontrol manajemen untuk menyampaikan informasi yang sesuai dengan pengungkapan sosial demi kepentingan *stakeholder* (Mackenzie dalam Hariyanti & Mayasari, 2015). Hasil studi ini mencerminkan bahwa adanya dewan direktur independen dapat berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR (Muttakin & Subramaniam, 2015); (Arani, 2016); (Esa & Zahari, 2016); (Baba, 2017).

Adapun penelitian yang membuktikan independensi dewan direktur bersignifikan negatif terhadap pengungkapan CSR. Hal tersebut menunjukkan bahwa direktur independen menghindari dari tindakan berisiko yang dapat mempengaruhi terhadap reputasi mereka (Prado-Lorenzo & Garcia-Sanchez, 2010); (Arora & Dharwadkar, 2011); (Majeed *et al.*, 2015); (Bansal *et al.*, 2018).

H6: Independensi dewan direktur bersignifikan positif terhadap Pengungkapan CSR

2.3.7 Kepemilikan Pemerintah

Kepemilikan pemerintah yaitu jumlah saham perusahaan milik pemerintah. Entitas berhak untuk menetapkan direktur perusahaan melalui kepemilikan saham ini. Selain itu, pemerintah dapat mengontrol keputusan yang diambil manajemen agar sesuai dengan kepentingan pemerintah. Entitas ini disebut dengan Badan

Usaha Milik Negara (BUMN) di Indonesia. *Stakeholder* utama perusahaan ini adalah pemerintah karena mayoritas saham entitas dimiliki oleh pemerintah. Peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah menjadi pedoman BUMN dalam kegiatan operasionalnya (Anggraeni & Kurnia, 2014). Perusahaan yang berkepemilikan pemerintah cenderung sensitif dengan hal-hal politik karena kegiatan yang dilakukan lebih terlihat di mata publik dan masyarakat memiliki harapan yang kuat atas aktivitas yang perusahaan lakukan (Ghazali dalam Muttakin & Subramaniam, 2015)

Pernyataan diatas menghasilkan pemikiran bahwa semakin tinggi persentase kepemilikan pemerintah, maka pengungkapan kegiatan CSR perusahaan pada laporan tahunannya akan semakin luas. Hasil dari pemikiran tersebut bermaksud pemerintah memonitor dan memperhatikan kualitas kinerja suatu entitas. Kinerja ini terbukti dalam *annual report* entitas, termasuk didalamnya pelaporan CSR emiten. Pemerintah menekankan entitas agar dapat mengungkapkan CSR dalam *annual report* entitas sebagai bentuk penerapan GCG (Anggraeni & Kurnia, 2014). Sehingga dibuktikan bahwa kepemilikan pemerintah bersignifikan positif terhadap pengungkapan CSR (Said *et al.*, 2009); (Chandra & Jurnal, 2015); (Haji, 2015); (Al-Gamrh & Al-dhamari, 2016); (Habbash, 2016).

H7: Kepemilikan pemerintah bersignifikan positif terhadap Pengungkapan CSR

2.3.8 Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional merupakan struktur kepemilikan yang proporsinya besar dalam sebuah perusahaan oleh institusi (badan) (Pradana &

Suzan, 2016). Teori *stakeholder* mencantumkan bahwa *stakeholder* dapat memberikan pengaruh ataupun dapat dipengaruhi oleh kegiatan entitas. Besarnya kepemilikan institusional sangat berdampak pada pengambilan keputusan manajemen, termasuk pengungkapan CSR (Laksmitaningrum & Purwanto, 2013).

Implementasi CSR yang baik akan menjamin kualitasnya suatu perusahaan, sehingga investor institusional akan lebih memilih untuk berinvestasi di emiten yang aktif dalam kegiatan CSR (Swandari & Sadikin, 2016). Oleh karena itu dapat dibuktikan bahwa kepemilikan institusional bersignifikan positif terhadap pengungkapan CSR (Uyar *et al.*, 2013); (Nugroho & Yulianto, 2015); (Rohmah, 2015); (Arani, 2016).

Hasil penelitian mencerminkan bahwa kepemilikan saham institusional pada emiten dalam bidang perbankan, manufaktur, konstruksi, komunikasi, *agriculture* serta *mining* yang terdaftar di BEI memiliki komposisi kepemilikan institusional yang besar. Hal tersebut dapat meningkatkan keefektifan investor institusional dalam mengawasi manajemen. Hasil ini juga membuktikan terdapat sisi negatif hubungan antara kepemilikan institusional dengan pengungkapan CSR.

Kepemilikan institusi yang semakin besar dapat mengurangi tingkat pengungkapan CSR karena institusi berhak untuk melakukan intervensi terhadap perkembangan sebuah perusahaan beserta mengatur pembuatan laporan keuangannya. Hal ini mengakibatkan manajer tertekan melakukan aksi tertentu guna memenuhi permintaan pihak institusi. Maka dengan adanya kepemilikan institusi yang semakin besar, pihak institusi hanya berorientasi untuk menghasilkan keuntungan pribadi tanpa memperhatikan kepedulian terhadap praktik CSR (Rohmah, 2015).

H8: Kepemilikan Institusional berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR

2.3.9 Kepemilikan Asing

Kepemilikan asing yaitu proporsi saham milik perorangan, badan, pemerintah, serta bagian lainnya yang berstatus luar negeri. Entitas multinasional yang berkepemilikan asing utamanya memperhatikan laba yang berasal dari *stakeholder* berdasarkan pada pasar tempat beroperasi sehingga dapat memberi eksistensi yang tinggi dalam jangka panjang. Salah satu media yang digunakan ialah pengungkapan CSR untuk menunjukkan perhatian emiten terhadap masyarakat maupun lingkungan sekitarnya (Ningrum & Faisal, 2014)

Perusahaan yang bereputasi baik di bidang sosial lebih menarik perhatian pihak asing karena di negara asing, misalnya di Amerika beserta Eropa yaitu negara yang sangat peduli terhadap isu-isu sosial antara lain: pelanggaran HAM, tenaga kerja, pendidikan, beserta isu lingkungan antara lain: efek rumah kaca, pembalakan liar, serta pencemaran air. Dengan kata lain, penelitian ini mendukung perusahaan yang berhubungan dengan pihak asing untuk mengungkapkan CSR-nya (Machmud dan Djakman dalam Rahmayanty, 2015). Sehingga dapat dibuktikan bahwa kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR (Khan *et al.*, 2012); (Sriayu & Mimba, 2013); (Muttakin & Subramaniam, 2015); (Manurung & Muid, 2015); (Appah, 2017).

H9: Kepemilikan Asing berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR

2.3.10 Umur Perusahaan

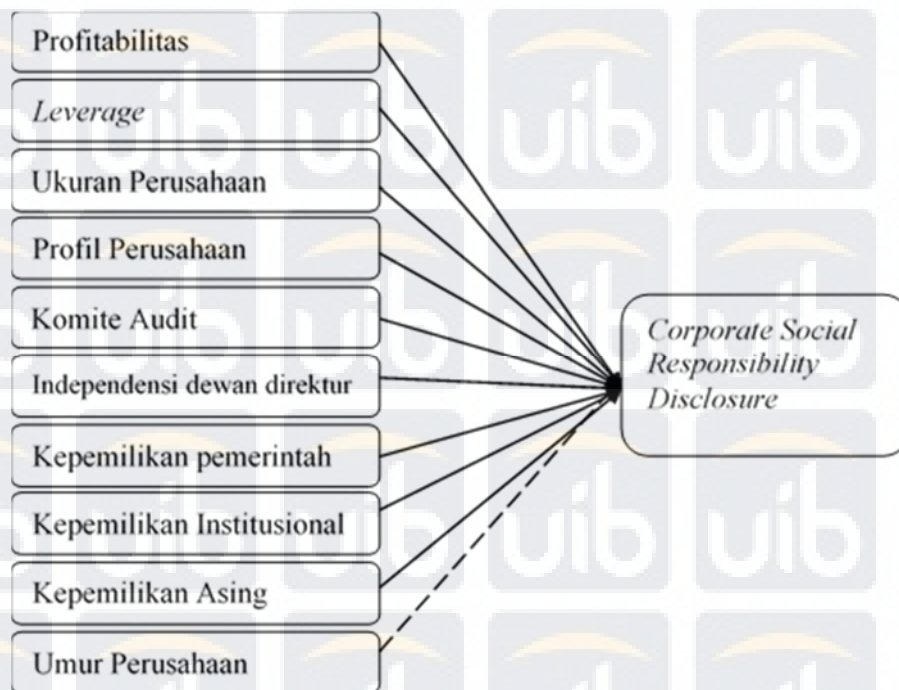
Umur Perusahaan yaitu variabel kontrol dalam studi ini. Definisi umur perusahaan yaitu lama berdirinya suatu entitas dimana perhitungannya sejak berdirinya perusahaan sampai sekarang. Teori legitimasi mencantumkan bahwa perusahaan didorong untuk meyakinkan bahwa kegiatan operasionalnya dapat diterima masyarakat, sehingga entitas yang semakin lama berdiri akan menghasilkan informasi pengungkapan sosial perusahaan yang semakin banyak sebagai wujud tanggung jawab entitas supaya tetap diterima oleh masyarakat (Sulistiyawati *et al.*, 2016).

Umur perusahaan merupakan faktor yang dapat memberikan dampak terhadap kinerja entitas dalam mengungkapkan CSRnya. Umur perusahaan juga dapat membuktikan kemampuan dalam mengatasi hambatan serta kesulitan yang dapat mengancam kelangsungan perusahaan, serta menunjukkan kinerja perusahaan mengambil peluang dalam lingkungannya untuk mengembangkan suatu usaha (Pradana & Suzan, 2016). Sehingga dapat dibuktikan bahwa umur perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR (Bayoud *et al.*, 2012); (Ningrum & Faisal, 2014); (Saputro & Raharja, 2014); (Herawati, 2015); (Muttakin & Subramaniam, 2015).

Namun terdapat perbedaan argumen yang mengemukakan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Pengaruh umur perusahaan terhadap pengungkapan CSR merupakan hal biasa yang telah diketahui oleh masyarakat luas, maka tidak perlu dicantumkan secara rinci pengungkapan sosial pada laporan tahunan (Arjanggie & Zulaikha, 2015).

2.4 Model Penelitian dan Pengembangan Hipotesis

Model dalam studi ini merupakan model gabungan dimana variabel independen yang diteliti terdiri dari: profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, profil perusahaan, komite audit, independensi dewan direktur, kepemilikan pemerintah, kepemilikan institusional, dan kepemilikan asing. Umur perusahaan yaitu variabel kontrol dalam penelitian ini (Istianingsih, 2015); (Habbash, 2016). Model penelitian ini dapat dijabarkan pada Gambar 2.10 berikut ini:



Gambar 2.10 Model penelitian pengaruh karakteristik perusahaan dan tata kelola perusahaan terhadap pengungkapan CSR, Sumber: Data diolah, 2018.