

2.3.5 Pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Leverage ialah beberapa penggalan dari instrumen keuangan serta dana pinjaman yang bertujuan untuk menambah potensial hubungan dari hasil investasi (Lucyanda & Siagian, 2012), dimana perseroan meminjam dana bertujuan untuk membiayai aset memiliki tingkat *leverage* yang tinggi dan sebaliknya. Ukuran perusahaan dan umur perusahaan merupakan variabel yang mengikuti paparan media yang memiliki pengaruh dengan peringkat CSR (Dwi *et al.*, 2014). Dengan demikian, teori legitimasi ditangkap oleh tiap-tiap variabel yang berkaitan dengan kesadaran publik atau sosial tampaknya menjadi teori yang paling relevan menjelaskan praktik pengungkapan CSR. Untuk itu, kegiatan CSR yang dilaporkan oleh perusahaan bertujuan untuk mengambil tindakan dalam batas yang bisa diterima, tergantung pada harapan bagaimana para pemangku kepentingan akan bertindak. Ada Adanya hubungan signifikan positif antara *leverage* dan pengungkapan CSR, hal ini diungkapkan oleh Mia dan Mamun (2011), Al-Shubiri *et al.*, (2012), Lucyanda dan Siagan (2012), Khan *et al.*, (2012), Uyar *et al.*, (2013) dan Juhmani (2014).

2.3.6 Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Profitabilitas ialah salah satu faktor yang digunakan dalam literatur untuk mendeskripsikan sejauh mana pengungkapan perusahaan. Profitabilitas perusahaan ialah indikator efektivitas manajemen perusahaan. perusahaan yang mengalami keuntungan cenderung akan memberikan informasi terperinci untuk menarik pengguna informasi dan menekankan efektivitas manajemen (Naser & Hasan, 2013). Perusahaan yang menguntungkan memiliki pesan proaktif untuk memberi sinyal kepada pengguna akun. Oleh karena itu, dapat dimengerti bahwa perseroan yang menguntungkan mengungkap lebih banyak mengenai informasi daripada perseroan yang tidak menguntungkan. Namun, beberapa perusahaan kehilangan uang tetapi mengungkapkan informasi terperinci untuk menjelaskan apa yang salah dan bagaimana cara memperbaikinya. Adanya hubungan signifikan positif antara profitabilitas dan pengungkapan CSR, hal ini

diungkapkan oleh Soliman (2013), Giannarakis (2014), Alturki (2014), Abubakar (2017), Elshabasy (2017), Elfeky dan Naisiri (2017), Nguyen *et al.*, (2017) serta Niresh dan Silva (2018).

2.3.7 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Penelitian yang dilakukan oleh Rouf (2011), Uwuigbe dan Egbide (2012), Esa dan Ghazali (2012), Soliman (2013), Saha dan Akter (2013), Khasharmeh dan Desoky (2013), Das *et al.*, (2015), Syed dan Butt (2017); Gantowati dan Agustine (2017), Elfeky dan Nasiri (2017); Mohammed (2018), menunjukkan ukuran perusahaan dan pengungkapan CSR memiliki hubungan signifikan positif. Anas, Rashid dan Annuar (2015) mengatakan bahwa studi-studi sebelumnya tampaknya secara konsisten menunjukkan pentingnya ukuran perusahaan sehubungan dengan praktik pengungkapan lingkungan dan sosial. Hasil kajian ini pada ukuran perusahaan dan praktik pengungkapan dijelaskan oleh Bowrin (2013) perseroan yang lebih besar memiliki pemangku kepentingan yang lebih beragam dan lebih banyak, mempunyai dampak lebih besar pada masyarakat dan lingkungan, dan menerima lebih banyak tekanan dan kepedulian dari masyarakat secara keseluruhan.

Menurut Tilling dan Tilt (2010), kesediaan untuk mempertahankan dan memperkuat harapan sosial menciptakan citra dan nilai. Selain itu, ukuran perusahaan dapat dikaitkan dengan praktik pengungkapan CSR yang lebih sebagai strategi perusahaan untuk mengurangi beberapa berita negatif dan tekanan dari kelompok yang tertarik. Hal ini berbeda dengan yang diteliti oleh Bayoud *et al.*, (2012); Popova *et al.*, (2013); Ebiringa *et al.*, (2013); Madi *et al.*, (2014); Juhmani (2014), Swandari dan Sadikin (2013); Elshabasy (2017); Abubakar (2017) yang menyatakan tidak terdapat hubungan antara dua variabel tersebut.

2.3.8 Pengaruh Umur Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

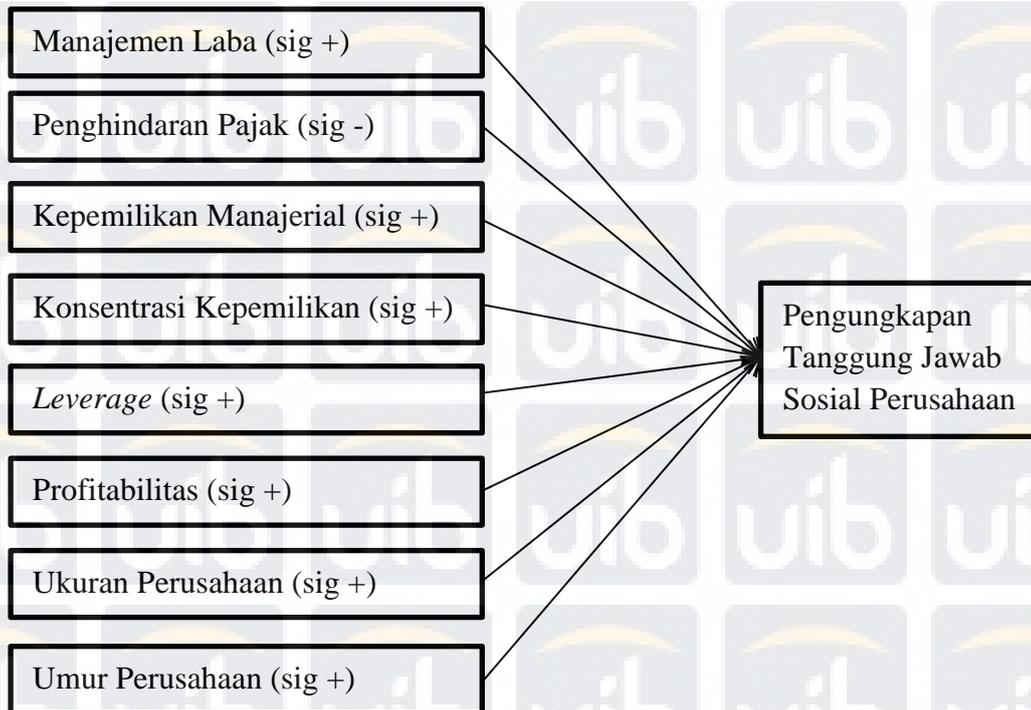
Menurut Al-Gamrh dan Al-Dhamari (2016), entitas yang berjalan lama lebih banyak mengungkapkan CSR karena perusahaan tersebut memiliki banyak

pengalaman dalam melakukan pelaporan keuangan dan lebih mempedulikan pembangunan citra suatu usaha melalui nilai yang terbuka. Hal ini sejajar dengan Lucyanda dan Siagan (2012) yang mengindikasikan kesan positif atas perusahaan di mata masyarakat dan pemegang kepentingan bisa di tambah melalui masalah yang di pelajari dan dilakukan perubahan seiring berjalannya waktu pada suatu perusahaan. CSR yang tinggi serta reputasi yang baik pada suatu perusahaan yang telah berjalan lama memerlukan komunikasi yang banyak dengan tujuan untuk membagikan jaringan sosial yang lebih luas kepada komunitas diluar sana (Juhmani, 2014).

Adanya pengaruh positif antara kedua variabel ini karena sebuah perusahaan berdiri dalam kurun waktu yang lama lebih cenderung diperhatikan masyarakat dan lingkungan sekitar serta lebih meyakinkan para investor (Alshubiri *et al.*, 2012; Popova *et al.*, 2013; Basuony *et al.*, 2014; Alturki, 2014; Habbash, 2016; Nguyen *et al.*, 2017; Elfeky & Nasiri, 2017) Hal ini berbeda dengan beberapa penelitian yang dilakukan oleh Elshabasy (2017), Arora dan Soni (2017), Saha (2018) mengatakan bahwa ada hubungan negatif antara jumlah CSR dan usia perusahaan. Sementara Joshi *et al.*, (2011), Sukcharoensin (2012), Shehata *et al.*, (2014), Feyitimi (2014) mengatakan tidak terdapat pengaruh signifikan pada kedua variabel tersebut.

2.4 Model Penelitian dan Perumusan Hipotesis

2.4.1 Model Penelitian



Gambar 1 Model Penelitian Pengaruh Manajemen Laba dan Penghindaran Pajak terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.

2.4.2 Perumusan Hipotesis

- H₁: Manajemen laba mempengaruhi pengungkapan CSR secara signifikan positif.
- H₂: Penghindaran pajak mempengaruhi pengungkapan CSR secara signifikan negatif.
- H₃: Kepemilikan manajerial mempengaruhi pengungkapan CSR secara signifikan positif.
- H₄: Konsentrasi kepemilikan mempengaruhi pengungkapan CSR secara signifikan positif.
- H₅: *Leverage* mempengaruhi pengungkapan CSR secara signifikan positif.
- H₆: Profitabilitas mempengaruhi pengungkapan CSR secara signifikan positif.
- H₇: Ukuran perusahaan mempengaruhi pengungkapan CSR secara signifikan positif.
- H₈: Umur perusahaan mempengaruhi pengungkapan CSR secara signifikan positif.

H₉: Manajemen Laba, Penghindaran Pajak, Kepemilikan Manajerial, Konsentrasi Kepemilikan, *Leverage*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Umur Perusahaan secara bersama-sama mempengaruhi Pengungkapan CSR.