

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Tinjauan Literatur**

##### 1. Teori Legitimasi

Teori legitimasi adalah sebuah pandangan tentang kontrak sosial perseroan terhadap masyarakat. Berdasarkan teori ini, suatu perseroan harus mengungkapkan kegiatan sosialnya agar dapat diterima masyarakat sehingga kelangsungan hidup perseroan akan terjamin (Reverte, 2008).

Teori legitimasi juga menekankan interaksi perseroan terhadap masyarakat. Dengan demikian, suatu perseroan mampu mewujudkan kesesuaian nilai-nilai sosial yang melekat pada kegiatannya dengan norma-norma perilaku yang terdapat pada sistem sosial masyarakat, di mana perseroan ialah salah satu dari sistem tersebut (Iswandika dkk., 2014).

##### 2. Teori *Stakeholder*

Teori *Stakeholder* menyebutkan jika perseroan bukanlah entitas yang beroperasi hanya untuk kebutuhan pribadi, akan tetapi harus mampu memberi manfaat bagi *stakeholders* perusahaan seperti *shareholders*, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, analis, dan masyarakat (Iswandika dkk., 2014).

Selain memfokuskan mencari keuntungan sebanyak-banyaknya, perusahaan harus menyeimbangkan aktivitas tersebut dengan kegiatan sosial yang melibatkan para *stakeholders*-nya. Iswandika dkk. (2014)

mengatakan bahwa kemampuan perseroan dalam mempererat hubungan dengan *stakeholders* dapat digambarkan dengan pengungkapan CSR. Dengan pengungkapan CSR yang semakin luas akan semakin baik dukungan dari *stakeholders*. Hal tersebut akan membuat perseroan semakin berkembang dan *sustainable*.

### 3. Teori Keagenan

*Agency Theory* ialah suatu komitmen antara pihak manajer perseroan dengan pemegang saham. Inti dari ikatan keagenan ialah adanya pemisahan antara pengendalian dan kepemilikan. Konflik keagenan muncul disebabkan adanya perbedaan kepentingan antara pihak manajemen dan pemegang saham. Dengan adanya konflik tersebut, perusahaan merespon dengan menetapkan *corporate governance*. Aspek-aspek *corporate governance* meliputi kepemilikan manajerial, proporsi komisaris independen, kepemilikan institusional, dan jumlah anggota komite audit dipandang sebagai mekanisme kontrol yang tepat untuk mengurangi konflik keagenan (Sunaryo & Mahfud, 2016).

Semakin kecil kepemilikan manajer terhadap perseroan maka perselisihan kepentingan antara manajer dengan pemilik akan semakin besar. Dengan begitu, manajer akan memprioritaskan kepentingan pribadi dibandingkan dengan kepentingan perseroan. Berbeda apabila kepemilikan manajer semakin tinggi, aktivitas manajer akan semakin produktif untuk mengoptimalkan *value* perseroan, sehingga akan menurunkan biaya kontrak dan pengawasan. Manajer perusahaan melakukan pengungkapan

sosial untuk meningkatkan *image* perusahaan, meskipun aktivitas tersebut perlu pengorbanan sumber daya (Rofiqkoh & Priyadi, 2016).

#### 4. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Berdasarkan Pasal 1 Nomor 3 UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, menggunakan istilah Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) untuk menerjemahkan istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR diartikan sebagai bentuk komitmen perseroan untuk ikut berperan dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan sehingga taraf hidup dan lingkungan dapat meningkat, juga dapat bermanfaat bagi perusahaan itu sendiri, masyarakat setempat maupun organisasi sekitar.

*Corporate Social Responsibility* diketahui sebagai suatu kontak atau hubungan antara perseroan dengan *stakeholdersnya*, antara lain: pelanggan, pemasok, karyawan, kreditur, bahkan masyarakat terutama yang tinggal di sekitar perusahaan tersebut menjalankan operasionalnya. Di samping mencari laba, perseroan berkewajiban untuk memastikan bahwa mampu memproduksi produk secara ekonomis, efisien, dan bermutu bagi kepuasan pelanggan. Perseroan juga harus patuh terhadap hukum dan semua peraturan perundang-undangan nasional maupun daerah yang berlaku di suatu wilayah negara. Di sisi lain, menurut Erawaty (2020) CSR juga memberikan manfaat bagi perseroan yang melaksanakannya yaitu mampu membangun *customer loyalty* serta membentuk atau mempertahankan reputasi bisnis. CSR membantu perseroan untuk memperoleh atau meneruskan *license to operate* dari pemerintah maupun dari publik

dikarenakan perseroan akan dinilai telah memenuhi standar tertentu dan mempunyai kepedulian sosial.

#### 5. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pengungkapan (*disclosure*) ialah penyajian beberapa informasi yang diperlukan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal yang efisien. Berdasarkan sifatnya, pengungkapan dibagi menjadi dua, yaitu pengungkapan bersifat wajib (*mandatory*) dan pengungkapan bersifat sukarela (*voluntary*). Pengungkapan wajib ialah penyajian informasi yang wajib dilaksanakan oleh perseroan berdasarkan peraturan atau standar tertentu. Pengungkapan sukarela adalah penyajian informasi yang dilaksanakan perusahaan melebihi persyaratan minimum dari peraturan yang berlaku (Darwis, 2009). Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) Perseroan Terbatas mengatur beberapa hal sebagai berikut:

- a. Perseroan yang mengelola aktivitas operasionalnya di bidang dan/atau berhubungan dengan sumber daya alam berdasarkan Undang-Undang melakukan TJSL. Pelaksanaan TJSL dapat dilaksanakan di dalam atau di luar perusahaan.
- b. TJSL dilakukan dengan dasar rancangan kerja tahunan yang memuat rencana kegiatan dan anggaran yang dibutuhkan untuk pelaksanaannya. Pelaksanaan TJSL disusun dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.

- c. Pelaksanaan TJSL dimuat dalam laporan tahunan perseroan untuk dipertanggungjawabkan kepada RUPS.
- d. Bagi perusahaan yang tidak melakukan TJSL akan dikenai sanksi berdasarkan peraturan UU.
- e. Perusahaan yang sudah berpartisipasi dan melakukan TJSL dapat diberi penghargaan oleh instansi yang berwenang.

Menurut Filemon & Krisnawati (2014) pengungkapan (*disclosure*) ialah penyampaian (*release*) informasi. Dilihat dari sudut pandang akuntan, pengungkapan berarti penyajian informasi keuangan suatu perseroan pada laporan keuangan. Informasi yang diberitahukan kepada *stakeholders* dapat berupa informasi keuangan, non keuangan, serta keterlibatan sosial perusahaan dengan berbagai cara dan media. Media yang dapat digunakan contohnya yaitu *annual report* (laporan tahunan) dan *sustainability report* (laporan berkelanjutan). Untuk mengetahui seberapa jauh penerapan CSR yang sudah dilaksanakan perusahaan dapat menggunakan *CSR Disclosure Index* sebagai acuan pengukuran.

#### 6. *Global Report Initiative* (GRI)

*Global Report Initiative* merupakan sebuah organisasi mandiri yang berdiri sejak tahun 1997 dan menjadi pelopor dalam mengembangkan *sustainable report*. Organisasi ini membantu dunia bisnis dan pemerintah untuk lebih memahami dan mengomunikasikan dampak dari *sustainability* isu, seperti perubahan iklim, hak asasi manusia, tata kelola (*governance*), dan kesejahteraan sosial. Standar pelaporan *sustainability* tersebut

dikembangkan berdasarkan kontribusi dari pemangku kepentingan dan berakar pada kepentingan publik ([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)).

Standar pelaporan CSR yang harus diungkapkan menurut standar dari GRI dibagi menjadi 2 (dua) kategori, yaitu:

a. Pengungkapan standar umum, mencakup:

- Penjelasan tentang standar yang digunakan dalam pengungkapan CSR perusahaan.
- Melaporkan informasi yang kontekstual dan relevan.
- Melaporkan cara manajemen dalam mengelola setiap topik dalam perusahaan.

b. Pengungkapan standar khusus, mencakup:

- Ekonomi
- Lingkungan
- Sosial

## 7. Profitabilitas

Keuntungan ialah hasil dari kebijakan yang disepakati oleh manajemen. Tingkat keuntungan yang dihasilkan oleh suatu perseroan dapat dihitung menggunakan rasio profitabilitas. Semakin tinggi tingkat keuntungan menandakan bahwa manajemen dalam mengelola perusahaan semakin baik. Menurut Sutrisno (2017) indikator untuk menghitung rasio profitabilitas, yaitu:

a. *Profit Margin*

*Profit margin* ialah kinerja perseroan dalam mendapatkan keuntungan dibandingkan dengan penjualan yang sudah dilakukan.

Berikut cara menghitungnya:

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

b. *Return on Asset*

*Return on assets* disebut juga sebagai rentabilitas ekonomis yang berarti ukuran kinerja perseroan dalam memperoleh keuntungan dibandingkan dengan seluruh aktiva yang dimiliki perseroan tersebut. Keuntungan yang diperoleh ialah laba sebelum bunga dan pajak atau EBIT. Berikut cara menghitungnya:

$$\text{Return on Assets} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

c. *Return on Equity*

*Return on equity* disebut juga dengan *rate of return on Net Worth* adalah kinerja perseroan untuk mendapatkan keuntungan dengan modal sendiri yang dimiliki, sehingga ROE dapat disebut juga dengan rentabilitas modal sendiri. Laba yang diperhitungkan ialah laba bersih setelah dipotong pajak/EAT. Untuk itu, rumus untuk menghitungnya ialah:

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{EAT}}{\text{Modal Sendiri}} \times 100\%$$

d. *Return on Investment*

*Return on investment* ialah kinerja perseroan dalam memperoleh laba yang dimanfaatkan untuk menutup investasi yang

dikeluarkan. Laba yang dipakai untuk menghitung rasio ini yaitu laba bersih setelah pajak/EAT, dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Return on Investment} = \frac{\text{EAT}}{\text{Investasi}} \times 100\%$$

e. *Earning Per Share*

*Earning Per Share* (laba per lembar saham) adalah ukuran kinerja perseroan dalam memperoleh laba per lembar saham pemilik. Berikut rumus untuk menghitungnya:

$$\text{Earning Per Share} = \frac{\text{EAT}}{\text{Jumlah Lembar Saham}}$$

Dalam penelitian ini, indikator yang dipakai untuk menghitung rasio profitabilitas yaitu *return on assets* (ROA) karena berdasarkan penelitian terdahulu, indikator ini banyak digunakan dan memiliki hasil yang beragam. Selain itu, ROA menggambarkan kinerja perusahaan dalam memperoleh laba, di mana hal tersebut menjadi perhatian dari berbagai pihak baik manajer, pemegang saham, masyarakat ataupun pemerintah sehingga perlu diinformasikan ke mana saja laba tersebut tersalurkan, misalnya untuk pengungkapan CSR.

Riset mengenai pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR telah diteliti oleh Putri & Gunawan (2019) dengan hasil bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR. Dengan demikian, semakin meningkatnya profitabilitas maka tekanan perseroan untuk melakukan tanggung jawab sosial semakin kuat dan luas. Hasil riset yang diteliti Sari & Rani (2015) mendukung riset tersebut, apabila nilai ROA suatu perseroan tinggi menandakan bahwa perseroan tersebut berada

pada kondisi keuangan yang kuat, maka perusahaan akan memperoleh dorongan yang lebih dari pihak eksternal untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosialnya dengan luas. Pengungkapan CSR ialah suatu wujud pengabulan harapan dan keinginan murni dari pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perseroan yang ingin memperoleh informasi lebih dari yang sekadar mereka inginkan mengenai segala kegiatan perseroan. Hasil riset itu juga sejalan dengan hasil riset yang diteliti Indraswari & Astika (2015) dan Felicia & Rasmini (2015). Namun hasil riset yang diteliti oleh Wulandari & Sudana (2018), Nasir dkk. (2013), dan Dewi & Suaryana (2015) mengemukakan hasil yang berbeda yaitu profitabilitas tidak memiliki pengaruh pada pengungkapan CSR. Menurut Dewi & Suaryana (2015) luas tidaknya pengungkapan CSR suatu perseroan tidak dipengaruhi oleh tinggi rendahnya profitabilitas, karena nilai untuk mengukur CSR tidak mengaitkan besaran dana, sehingga nilai yang lebih tinggi belum tentu mengisyaratkan bahwa kegiatan CSR tersebut dalam sejumlah dana yang lebih besar.

#### 8. *Leverage*

Menurut Sutrisno (2017) rasio *leverage* mengukur tingkat kebutuhan dana perseroan yang bersumber dari hutang. Apabila perseroan tidak memiliki *leverage* berarti perseroan tersebut seluruhnya memanfaatkan modal sendiri dalam beroperasi tanpa didanai oleh hutang. Apabila rasio *leverage* perseroan tinggi maka jumlah hutang yang dimanfaatkan semakin tinggi pula, serta akan menghadapi risiko bisnis yang

semakin besar terutama pada saat kondisi perekonomian memburuk. Rasio *leverage* dapat dihitung dengan beberapa indikator, yaitu:

a. *Total Debt to Total Assets Ratio*

Rasio untuk menghitung prosentase banyaknya dana yang bersumber dari hutang (baik hutang jangka pendek ataupun hutang jangka panjang) dengan membandingkan antara total hutang dan total aktiva yang perusahaan miliki. *Debt ratio* yang rendah lebih disukai oleh kreditor dikarenakan akan semakin baik tingkat keamanan dana yang diinvestasikan. Berikut rumus menghitungnya:

$$\text{Debt Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

b. *Debt to Equity Ratio*

Rasio hutang dengan modal sendiri (*debt to equity ratio*) ialah keseimbangan antara total hutang dengan modal sendiri. Rasio ini digunakan untuk menganalisis kinerja perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang ditunjukkan pada berapa bagian modal sendiri yang dimanfaatkan untuk membayar hutang. Berikut rumus untuk menghitungnya :

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Modal}} \times 100\%$$

c. *Time Interest Earned Ratio*

Rasio yang diukur dengan membandingkan antara laba sebelum bunga dan pajak dibagi beban bunga. Rasio ini menghitung kinerja perseroan dalam melunasi beban tetapnya yaitu bunga

dengan laba yang diperolehnya atau menghitung berapa kali banyaknya laba bisa menutup beban bunganya. Berikut rumus menghitungnya:

$$\text{Time Interest Earned Ratio} = \frac{\text{Laba Sebelum Bunga \& Pajak}}{\text{Beban Bunga}}$$

d. *Fixed Charge Coverage Ratio*

Rasio untuk menghitung kinerja atau kemampuan perseroan dalam membayar beban tetapnya yang berupa pembayaran dividen saham preferen, angsuran, pinjaman, sewa, dan bunga. Apabila *fixed charge coverage ratio* semakin tinggi, maka semakin besar kemampuan perseroan dalam membayar beban tersebut dan sebaliknya apabila semakin rendah, maka kemampuan perusahaan untuk membayar semakin kecil. Rumus untuk menghitungnya sebagai berikut:

$$\text{Fixed Charge Coverage Ratio} = \frac{\text{EBIT} + \text{Bunga} + \text{Angsuran Lease}}{\text{Bunga} + \text{Angsuran Lease}}$$

e. *Debt Service Ratio*

*Debt service ratio* ialah kinerja perseroan untuk membayar beban tetapnya yang berupa angsuran pokok pinjaman. Apabila *debt service ratio* semakin tinggi maka semakin besar kinerja perseroan dalam membayar beban angsuran pokok pinjaman, begitu sebaliknya apabila semakin rendah, kemampuan perusahaan dalam membayar akan semakin kecil. Rumus untuk menghitungnya ialah sebagai berikut:

$$Debt\ Service\ Ratio = \frac{Laba\ Sebelum\ Bunga\ \&\ Pajak}{Bunga + Sewa + \frac{Angsuran\ Pokok\ Pinjaman}{(1 - Tarif\ Pajak)}}$$

Indikator untuk menghitung ratio *leverage* dalam riset ini menggunakan *debt to equity ratio* (DER), yaitu rasio untuk menghitung proporsi antara aktiva yang dibiayai oleh kreditor dan yang dibiayai oleh pemilik perseroan. Indikator DER telah banyak digunakan pada penelitian terdahulu dan memiliki hasil yang beragam.

Hasil riset Sumaryono & Asyik (2017) menyatakan bahwa *leverage* memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Apabila suatu perseroan memiliki rasio *leverage* yang tinggi, maka perseroan tersebut memiliki kewajiban yang lebih untuk melakukan pengungkapan CSR. Semakin tinggi hutang perusahaan sampai pada titik optimalnya, semakin besar pula hutang perusahaan kepada kreditor. Untuk itu, supaya kreditor tetap memberi pinjaman dan percaya terhadap perusahaan tersebut, maka perusahaan yang tingkat rasio *leveragenya* tinggi perlu melaksanakan pengungkapan CSR sebagai bukti bahwa perusahaan tidak sedang dalam keadaan kebangkrutan. Hasil riset tersebut didukung dengan hasil riset yang diteliti oleh Yanti & Budiasih (2016) dan Nasir dkk. (2013) yang juga mengemukakan bahwa *leverage* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan. Sementara hasil riset Sunaryo & Mahfud (2016) mengemukakan bahwa *leverage* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Semakin besar kemungkinan suatu perseroan akan berusaha untuk tidak melaporkan CSR apabila tingkat *leveragenya* tinggi. Hal itu dilakukan

karena untuk mengurangi biaya yang digunakan untuk mengungkapkan CSR. Agar tidak menjadi sorotan dan menghindari tekanan dari para *debtholder*, manajemen perusahaan akan mengurangi pengungkapan CSR yang dibuat seminimal mungkin apabila tingkat *leveragenya* tinggi (Belkaoui dan Karpik, 1989 dalam Sembiring, 2005). *Debtholder* berharap kepentingannya diutamakan daripada kegiatan sosial perusahaan, sedangkan hasil riset yang diteliti oleh Putri & Gunawan (2019), Pradnyani & Sisdyani (2015) dan Iswandika dkk. (2014) mengemukakan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

#### 9. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan ialah nilai atau skala yang digunakan untuk mengklasifikasikan besar kecilnya suatu perseroan menurut kriteria tertentu, diantaranya total aktiva, nilai saham, *log size*, penjualan, kapitalisasi pasar, dan jumlah tenaga kerja (Rofiqkoh & Priyadi, 2016).

Ukuran perusahaan ialah variabel penduga yang digunakan untuk menerangkan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perseroan. Berdasarkan teori agensi, apabila suatu perseroan mempunyai biaya keagenan yang lebih besar, perusahaan besar akan melakukan pengungkapan secara lebih luas karena untuk menurunkan biaya keagenan tersebut. Selain itu, salah satu entitas yang sering diperhatikan publik adalah perusahaan besar. Untuk menurunkan biaya politis perseroan dapat melaksanakan pengungkapan yang lebih besar sebagai bukti tanggung jawab sosialnya (Sembiring, 2005).

Riset mengenai pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR telah diteliti oleh Indraswari & Astika (2015), Yanti & Budiasih (2016), Felicia & Rasmini (2015), dan Putri & Gunawan (2019) yang mengemukakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Dengan begitu, ukuran perusahaan yang dijalankan dapat digunakan untuk melihat pengungkapan CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan tersebut. Semakin besar perusahaannya, maka pengungkapan CSR semakin luas. Informasi yang dimiliki oleh perusahaan besar akan lebih banyak daripada perusahaan kecil. Maka dari itu, item-item yang harus diungkapkan termasuk pengungkapan sosial di dalam laporan keuangan akan lebih banyak (Putri & Gunawan, 2019). Sementara riset yang diteliti oleh Nasir dkk. (2013) dan Pradana & Suzan (2016) mengemukakan hasil yang berbeda yaitu ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan.

#### 10. Struktur Kepemilikan Manajerial

Menurut Utami & Prastiti (2011) kepemilikan manajerial ialah persentase kepemilikan saham dari pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan perusahaan (direktur dan komisaris). Dampak langsung dari setiap keputusan yang diambil akan dirasakan oleh manajemen apabila kepemilikan manajerial itu maksimal. Dengan begitu, akan memberi sinyal kepada masyarakat jika perseroan tersebut memiliki perspektif yang baik di masa yang akan datang (Putri & Gunawan, 2019).

Dengan tingkat kepemilikan manajerial yang tinggi akan semakin tinggi pula program CSR yang dilakukan, di mana program CSR dapat dilakukan dengan mudah oleh manajemen karena tingkat kepemilikan manajerial yang tinggi akan cenderung bertahan (Sari & Rani, 2015).

Hasil riset yang diteliti oleh Wulandari & Sudana (2018) membuktikan bahwa struktur kepemilikan manajerial memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR. Dengan demikian, kepemilikan manajerial yang tinggi akan meningkatkan pengungkapan CSR. Hasil penelitiannya berhasil membuktikan berlakunya teori *stakeholder*. Menurut teori *stakeholder*, apabila kepemilikan manajemen meningkat maka akan mendorong manajemen untuk melakukan pengungkapan CSR yang telah dilaksanakan oleh perusahaan tersebut dengan intensitas yang tinggi pula. Hal itu dilaksanakan oleh manajer bertujuan untuk menjaga agar *image* perusahaan tetap optimal.

## **B. Penelitian Terdahulu**

Berikut beberapa riset yang telah meneliti pengaruh profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan dan struktur kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR):

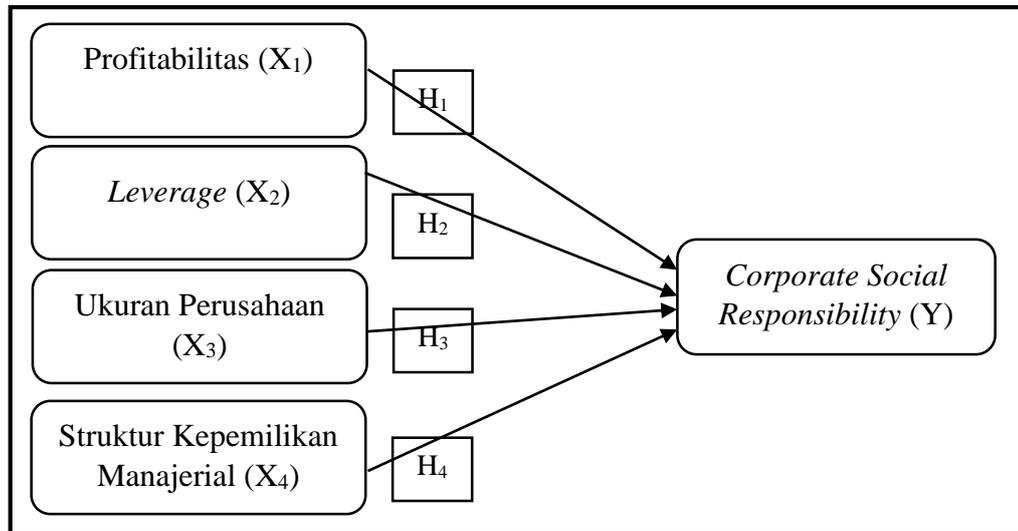
**Tabel 2.1** Penelitian Terdahulu

<b>Penulis</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Pengaruh X Terhadap Y</b>
Indraswari & Astika (2015)	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Kepemilikan Saham Publik terhadap Pengungkapan CSR	- Profitabilitas berpengaruh positif - Ukuran perusahaan berpengaruh positif
Ramdhaningsih & Utama (2013)	Pengaruh Indikator <i>Good Corporate Governance</i> dan Profitabilitas pada Pengungkapan CSR	- Kepemilikan manajerial berpengaruh negatif signifikan
Pradnyani & Sisdyani (2015)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Dewan Komisaris pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	- Ukuran perusahaan tidak berpengaruh - Profitabilitas berpengaruh positif - <i>Leverage</i> tidak berpengaruh
Felicia & Rasmini (2015)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI	- Ukuran perusahaan berpengaruh positif - Profitabilitas berpengaruh positif - <i>Leverage</i> berpengaruh positif
Wulandari & Sudana (2018)	Pengaruh Profitabilitas, Kepemilikan Asing, Kepemilikan Manajemen, dan <i>Leverage</i> pada Intensitas Pengungkapan CSR	- Profitabilitas tidak berpengaruh - <i>Leverage</i> berpengaruh negatif - Kepemilikan manajemen berpengaruh positif
Putri & Gunawan (2019)	Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, dan Struktur Kepemilikan terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> di Perusahaan <i>Property</i> dan <i>Real Estate</i>	- Profitabilitas berpengaruh positif signifikan - <i>Leverage</i> tidak berpengaruh - Ukuran perusahaan berpengaruh positif - Struktur kepemilikan manajerial tidak berpengaruh

Penulis	Judul Penelitian	Pengaruh X Terhadap Y
Sari & Rani (2015)	Pengaruh Kepemilikan - Institusional, Kepemilikan - Manajerial, <i>Return On Assets</i> - (ROA) dan Ukuran - Perusahaan terhadap - Pengungkapan <i>Corporate</i> <i>Social Responsibility</i> pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2013	<i>Return On Assets</i> berpengaruh positif Ukuran Perusahaan berpengaruh positif Kepemilikan Manajerial tidak berpengaruh
Nasir dkk. (2013)	Pengaruh Kepemilikan - Manajerial, <i>Leverage</i> , - <i>Profitabilitas</i> , Ukuran, dan - Umur Perusahaan terhadap - Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial - Perusahaan pada Perusahaan <i>Food And Beverage</i> yang Terdaftar di BEI	Profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan <i>Leverage</i> berpengaruh secara signifikan Ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan Kepemilikan manajerial tidak berpengaruh secara signifikan
Pradana & Suzan (2016)	Pengaruh Struktur - Kepemilikan, Ukuran - Perusahaan, dan Umur - Perusahaan terhadap Pengungkapan <i>Corporate</i> <i>Social Responsibility</i> (CSR) (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2014.	Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>Corporate Social</i> <i>Responsibility</i> (CSR) dengan arah koefisien negatif.

### C. Kerangka Konseptual

Riset ini memakai empat variabel bebas atau independen yaitu profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan dan struktur kepemilikan manajerial, dan satu variabel terikat atau dependennya yaitu pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Berikut gambar kerangka pemikirannya:



**Gambar 2.1** Kerangka Pemikiran

#### **D. Perumusan Hipotesis**

1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Rasio pengukuran yang dipakai untuk variabel profitabilitas dalam riset ini ialah *return on asset* (ROA). ROA disebut juga dengan rentabilitas ekonomis yang berarti ukuran kinerja perseroan dalam memperoleh keuntungan dibandingkan dengan seluruh aktiva yang perseroan tersebut miliki. Keuntungan yang diperoleh ialah laba sebelum bunga dan pajak atau EBIT (Sutrisno, 2017).

Hasil riset Indraswari & Astika (2015) mengatakan bahwa variabel profitabilitas mempunyai hubungan positif terhadap pengungkapan CSR. Apabila tingkat profitabilitas suatu perseroan tinggi mencerminkan bahwa kinerja perseroan tersebut tinggi dalam memperoleh keuntungan. Dengan demikian, perseroan mampu untuk melaksanakan tanggung jawab sosial

dan melakukan pengungkapannya pada laporan keuangan secara lebih luas untuk para *stakeholders*-nya. Hasil riset tersebut sejalan dengan hasil riset yang diteliti oleh Sunaryo & Mahfud (2016) yang membuktikan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Manajer akan terdorong untuk memberikan informasi tentang perusahaan secara lebih rinci apabila *profit* tinggi, dikarenakan mereka ingin investor yakin dengan profitabilitas perseroan serta mendorong kompensasi terhadap manajemen. Dengan demikian, dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H1: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate sosial responsibility* (CSR)

## 2. Pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Salah satu *stakeholder* yang menjadi tujuan dilakukannya pengungkapan CSR yaitu kreditor. Dengan begitu pengungkapan CSR dapat dipengaruhi oleh *leverage*. Berdasarkan teori *stakeholder*, tingkat risiko tak tertagihnya utang menjadi tinggi apabila tingkat *leverage* perusahaan tinggi, sehingga kreditor perlu mengadakan pengawasan yang ketat terhadap kegiatan perseroan (Wulandari & Sudana, 2018).

Hasil riset Rofiqkoh & Priyadi (2016) membuktikan bahwa variabel *leverage* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Meningkatnya pengungkapan CSR seiring dengan meningkatnya rasio *leverage*. Rasio *leverage* dapat digunakan untuk

menggambarkan mengenai struktur modal yang perseroan miliki dan dapat juga digunakan untuk melihat tingkat risiko tak tertagihnya hutang. Riset yang dilakukan Rofiqkoh & Priyadi (2016) ini sejalan dengan teori keagenan. Teori keagenan memprediksi bahwa perseroan akan melakukan pengungkapan informasi lebih banyak apabila rasio *leverage* tinggi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi. Dibandingkan dengan rasio *leverage* yang rendah, suatu perseroan dengan rasio *leverage* yang tinggi berkewajiban untuk melaksanakan pengungkapan yang lebih luas. Dengan begitu, kreditor merasa yakin bahwa perusahaan tersebut dapat memenuhi kewajibannya pada saat jatuh tempo. Perusahaan juga akan berusaha memberikan informasi yang lebih luas mengenai kondisi perusahaan. Hasil riset yang dilakukan oleh Yanti & Budiasih (2016), Sumaryono & Asyik (2017), dan Nasir dkk. (2013) juga membuktikan bahwa *leverage* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Sementara hasil riset yang diteliti oleh Sunaryo & Mahfud (2016) mengemukakan bahwa *leverage* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Semakin tinggi peluang suatu perseroan akan berusaha untuk tidak melaporkan CSR apabila tingkat *leveragenya* tinggi. Hal itu dilakukan karena untuk mengurangi biaya yang digunakan untuk mengungkapkan CSR. Agar tidak menjadi sorotan dan menghindari tekanan dari para *debtholder*, manajemen perusahaan akan mengurangi pengungkapan CSR yang dibuat seminimal mungkin apabila tingkat

*leveragenya* tinggi. *Debtholder* berkeinginan bahwa kepentingannya diutamakan daripada kegiatan sosial perseroan (Belkaoui dan Karpik, 1989 dalam Sembiring, 2005). Dengan demikian, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: Diduga *Leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

### 3. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Ukuran perusahaan ialah variabel penduga yang digunakan untuk menerangkan variasi pengungkapan pada laporan tahunan perseroan. Berdasarkan teori agensi, apabila beban keagenan suatu perseroan lebih besar maka perseroan besar akan melaksanakan pengungkapan secara lebih luas karena untuk menurunkan beban keagenan tersebut. Selain itu, salah satu entitas yang sering diperhatikan oleh publik adalah perusahaan besar. Untuk menurunkan biaya politis perseroan dapat melaksanakan pengungkapan yang lebih luas sebagai bentuk tanggung jawab sosialnya (Sembiring, 2005).

Secara teoritis, perusahaan besar akan mendapat tekanan politis yaitu tekanan untuk melaksanakan pertanggungjawaban sosial. Perusahaan tersebut cenderung akan mengeluarkan banyak biaya untuk melakukan pengungkapan informasi sosial yang lebih luas dibandingkan perusahaan kecil. Dengan mengungkapkan kepedulian pada lingkungan melalui

pelaporan keuangan, maka dalam jangka panjang perseroan dapat terhindar dari biaya yang besar akibat tuntutan masyarakat (Sari & Rani, 2015).

Hasil riset yang diteliti Sari & Rani (2015) membuktikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Riset tersebut juga didukung oleh Felicia & Rasmini (2015) dan Indraswari & Astika (2015) yang mengemukakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan dipengaruhi oleh ukuran perusahaan, perusahaan yang besar tentu akan mengungkapkan informasi lebih luas. Dengan demikian, dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H3: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

#### 4. Pengaruh Struktur Kepemilikan Manajerial terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Utami & Prastiti (2011) kepemilikan manajerial ialah persentase kepemilikan saham dari pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan perusahaan (direktur dan komisaris). Untuk mengoptimalkan *image* perusahaan, manajer perusahaan akan melakukan pengungkapan informasi sosial meskipun aktivitas tersebut memerlukan pengorbanan sumber daya (Anggraini, 2006 dalam Wulandari & Sudana, 2018).

Hasil riset Wulandari & Sudana (2018) mengatakan bahwa kepemilikan manajerial memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Dampak langsung dari setiap kebijakan yang diambil akan dirasakan

manajemen apabila memaksimalkan kepemilikan manajerial. Dengan begitu, tentu dapat menginformasikan kepada masyarakat bahwa perseroan memiliki prospek yang baik di masa yang akan datang. Untuk itu, apabila kepemilikan manajerial suatu perseroan maksimal maka akan berpengaruh positif pada pengungkapan CSR (Putri & Gunawan, 2019). Dengan demikian, dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H4: Struktur kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).