

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dilakukan atas dasar penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu tersebut yaitu antara lain :

1. **Gusti Ayu dan Ida Bagus (2014)**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kepemilikan saham publik pada pengungkapan CSR. Variabel independen dalam penelitian ini adalah profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kepemilikan saham publik. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik serta pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi berganda. Populasi penelitian adalah 11 perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI selama periode 2010-2012 dengan teknik *purposive sampling* dalam pemilihan sampelnya. Hasil dari penelitian ini yaitu profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif, sedangkan kepemilikan saham publik berpengaruh negatif pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sekarang adalah :

1. Alat analisis yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, dan analisis regresi berganda.
2. Variabel independen yang diteliti yaitu profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kepemilikan saham publik, serta variabel dependen yaitu pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).
3. Jenis data pada penelitian ini dengan penelitian yang sekarang yaitu data sekunder.
4. Teknik pengambilan sampel yaitu metode *purposive sampling*.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sekarang adalah :

1. Sampel pada penelitian ini menggunakan sampel perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2010-2012, sedangkan pada penelitian yang sekarang menggunakan sampel perusahaan manufaktur berkategori *high profile* yang terdaftar di BEI periode 2012-2014.

2. Marzully dan Denies (2012)

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Variabel independen dalam penelitian ini adalah profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan saham publik, dewan komisaris, *Leverage*, dan pengungkapan media. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *CSR Disclosure*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, serta pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan berkategori *high profile* yang terdaftar di BEI periode 2008-2010 dengan 177 perusahaan. Teknik pengambilan sampel yang

digunakan adalah *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas, kepemilikan saham publik, dan pengungkapan media tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan dewan komisaris dan *Leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sekarang adalah :

1. Alat analisis yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, dan analisis regresi berganda.
2. Penelitian ini dengan penelitian yang sekarang memilih sampel pada perusahaan yang berkategori *high profile*.
3. Beberapa variabel independen yang diteliti yaitu profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kepemilikan saham publik, serta variabel dependen yaitu pengungkapan CSR.
4. Jenis data pada penelitian ini dengan penelitian yang sekarang yaitu data sekunder.
5. Teknik pengambilan sampel yaitu metode *purposive sampling*.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sekarang adalah :

1. Periode laporan keuangan yang diteliti, penelitian ini menggunakan periode 2008-2010 sedangkan penelitian yang sekarang menggunakan periode 2012-2014.

3. Maria (2012)

Penelitian ini memiliki tujuan untuk memperoleh bukti empiris adanya pengaruh faktor ukuran perusahaan, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, *leverage*, kinerja lingkungan perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Variabel independen dalam penelitian ini adalah ukuran dewan komisaris, *leverage*, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan kinerja lingkungan. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dan PROPER tahun 2008-2010. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik dan uji hipotesis dengan metode regresi berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dengan periode waktu 2008-2010 dan perusahaan yang terdaftar di PROPER tahun 2008-2010. Sampel dipilih dengan metode *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini yaitu ukuran dewan komisaris tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, *Leverage* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan CSR, ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR, profitabilitas berpengaruh secara tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR, dan kinerja lingkungan memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sekarang adalah :

1. Alat analisis yang digunakan adalah uji asumsi klasik dan analisis regresi berganda.

2. Beberapa variabel independen yang diteliti yaitu profitabilitas dan ukuran perusahaan, serta variabel dependen yaitu pengungkapan CSR.
3. Jenis data pada penelitian ini dengan penelitian yang sekarang yaitu data sekunder.
4. Teknik pengambilan sampel yaitu metode *purposive sampling*.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sekarang adalah :

1. Sampel pada penelitian ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2008-2010 dan perusahaan yang terdaftar di PROPER tahun 2008-2010, sedangkan pada penelitian yang sekarang menggunakan sampel perusahaan manufaktur berkategori *high profile* yang terdaftar di BEI periode 2012-2014.

4. Agus (2011)

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh tipe industri, ukuran perusahaan, profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Variabel independen dalam penelitian ini adalah tipe industri, ukuran perusahaan, dan profitabilitas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Alat analisis yang digunakan meliputi nilai rata-rata, standar deviasi, maksimum, dan minimum sedangkan untuk menguji hipotesis menggunakan model regresi berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah mencakup seluruh perusahaan non-keuangan yang terdaftar di BEI tahun 2009 dengan jumlah 327 perusahaan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tipe industri berpengaruh signifikan

terhadap pengungkapan CSR, ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, dan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sekarang adalah :

1. Beberapa variabel independen yang diteliti yaitu profitabilitas dan ukuran perusahaan, serta variabel dependen yaitu pengungkapan CSR.
2. Alat analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis menggunakan model regresi berganda.
3. Jenis data pada penelitian ini dengan penelitian yang sekarang yaitu data sekunder.
4. Teknik pengambilan sampel yaitu metode *purposive sampling*.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sekarang adalah :

1. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh perusahaan non-keuangan yang terdaftar di BEI tahun 2009, sedangkan populasi penelitian sekarang adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2012-2014.

5. Achmad (2011)

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menjelaskan faktor-faktor fundamental perusahaan, mekanisme *corporate governance* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia. Variabel independen dalam penelitian ini adalah likuiditas, *leverage*, profitabilitas, *size*, saham publik, dewan komisaris, komisaris independen, kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, dan komite audit. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Alat analisis yang

digunakan adalah metode analisa regresi linear berganda dan uji t. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur dan Sumber Daya Alam (SDA) yang *go public* di BEI tahun 2009 yang telah melaporkan aktifitas CSR dan terdapat 77 sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling*. Dari hasil pengujian yang dilakukan ditemukan bahwa faktor-faktor fundamental yang dapat mempengaruhi luas pengungkapan CSR hanya variabel profitabilitas dan *size*, sedangkan mekanisme *corporate governance* yang dapat mempengaruhi luas pengungkapan CSR hanya variabel komisaris independen.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah:

1. Beberapa variabel independen yang diteliti yaitu profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kepemilikan saham publik. Variabel dependen yang diteliti yaitu pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).
2. Alat analisis yang digunakan adalah uji asumsi klasik dan uji regresi berganda.
3. Jenis data pada penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah data sekunder.
4. Teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan model *purposive sampling*.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah:

1. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur dan SDA yang tercatat di BEI tahun 2009, sedangkan populasi penelitian sekarang adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2012-2014.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Legitimasi

Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan ke depan. Hal itu, dapat dijadikan sebagai wahana untuk membangun strategi

perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat yang semakin maju (Nor Hadi:2011:87). O'Donovan (2002) dalam Nor Hadi (2011:87) berpendapat bahwa legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*).

Gray et. al, (1996) berpendapat bahwa legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah individu dan kelompok masyarakat (Nor Hadi:2011:88). Maka dari itu, sebagai suatu sistem yang mengutamakan kepentingan kepada *society*, operasi perusahaan harus konsisten dengan harapan masyarakat.

Teori legitimasi memberikan solusi potensial atas studi yang mendasarkan pada kajian ekonomi. Hal ini ditemukan adanya "*social contract*" (Dierkes and Antal, 1985; Gray et. al., 1995) dan dimensi atas kontrak yang secara potensial dapat meningkat karena diversifikasi aktivitas internasional perusahaan. CSRD mungkin juga dapat dilihat sebagai alat untuk membentuk, mempertahankan, dan memperbaiki legitimasi perusahaan di mana mereka mengeluarkan opini dan kebijakan publik (Patten,1991) dan dapat mereduksi *political, social and economic exposure and pressure* (Deegan dan Rankin, 1997) dalam Achmad (2011).

Carroll, A. dan Burchholtz, A. (2003) menyatakan perkembangan tingkat kesadaran dan peradaban masyarakat membuka peluang meningkatnya tuntutan

terhadap kesadaran kesehatan lingkungan. Lebih lanjut dinyatakan, bahwa legitimasi perusahaan di mata *stakeholder* dapat dilakukan dengan integritas pelaksanaan etika dalam berbisnis serta meningkatkan tanggung jawab sosial perusahaan (*social responsibility*). Wibisono (2007) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan (*social responsibility*) memiliki kemanfaatan untuk meningkatkan reputasi perusahaan, menjaga *image* dan strategi perusahaan (Nor Hadi:2011:92).

2.2.2 Teori Stakeholder

Stakeholder merupakan semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan. Dengan demikian, *stakeholder* merupakan pihak internal maupun eksternal, seperti pemerintah, perusahaan pesaing, masyarakat sekitar, lingkungan internasional, lembaga di luar perusahaan, lembaga pemerhati lingkungan, para pekerja perusahaan, kaum minoritas dan lain sebagainya yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan (Nor Hadi:2011:94).

Menurut Saleh, *et al.* (2010) dalam Agus (2011) teori *stakeholder* berguna dalam menjelaskan CSR. Hal ini dikarenakan teori *stakeholder* mampu membedakan antara isu sosial dengan *stakeholder*. Guthrie *et al.* (2004) menyatakan bahwa manajemen perusahaan diharapkan untuk dapat melakukan aktivitas sesuai dengan yang diharapkan *stakeholder* dan melaporkannya kepada *stakeholder* (Agus, 2011).

2.2.3 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate Social Responsibility merupakan suatu komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang *going concern* dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Munculnya satu terobosan besar perkembangan *corporate social responsibility (CSR)* dikemukakan oleh John Elkington (1997) yang dikenal dengan *The Triple Bottom Line*, di mana konsep tersebut mengakui bahwa apabila perusahaan ingin berkelanjutan maka perlu memperhatikan 3P, yaitu *profit, profile, and plane*. Perusahaan tidak hanya mencari keuntungan (*profit*) namun perusahaan harus memiliki kontribusi terhadap masyarakat sekitar (*profile*) dan perusahaan harus mampu memperhatikan dan ikut berperan serta dalam menjaga kelestarian lingkungan sekitar (*planet*).

Perusahaan yang melaksanakan dan menerapkan CSR akan memperoleh berbagai manfaat seperti yang disebutkan oleh Untung (2008: 6) yaitu:

- a. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan.
- b. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial.
- c. Mereduksi risiko bisnis perusahaan.
- d. Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha.
- e. Membuka peluang pasar yang lebih luas.
- f. Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah.
- g. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*.
- h. Memperbaiki hubungan dengan regulator.

- i. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.
- j. Peluang mendapatkan penghargaan.

Kewajiban untuk melaksanakan CSR pada perusahaan di Indonesia diatur dalam peraturan seperti Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) dalam pasal 74 (1) menyatakan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usaha di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam (SDA) wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Perusahaan yang menerapkan CSR, diharapkan akan memperoleh legitimasi sosial dan mempertahankan kekuatan keuangannya dengan maksimal dalam jangka panjang.

2.2.4 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk dapat menghasilkan laba atau keuntungan. Perusahaan yang memiliki *profit* tinggi harus bisa menerapkan CSR dan ikut berperan aktif dalam kegiatan CSR. Perusahaan yang memiliki *profit* tinggi akan memberikan kesempatan besar kepada suatu manajemen untuk mengungkapkan serta melakukan program CSR. Oleh sebab itu, semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka akan semakin besar pengungkapan CSR tersebut.

Di pasar modal, para investor sangat memperhatikan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan dan meningkatkan *profit*. Profitabilitas dapat diukur dengan menggunakan rasio *return on assets* (ROA). ROA dapat digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih sesuai dengan tingkat aktiva tertentu. Menurut Darsono dan Ashari (2005) dalam Agus

(2011), dengan mengetahui ROA perusahaan dapat menilai apakah perusahaan tersebut efisien dalam memanfaatkan aktiva pada kegiatan operasional perusahaan. ROA memberikan ukuran yang baik akan profitabilitas suatu perusahaan karena menunjukkan keefektifan manajemen dalam menggunakan aktiva dalam upaya memperoleh keuntungan atau laba.

2.2.5 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah salah satu variabel yang digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam *annual report*. Besar (ukuran) perusahaan dapat dinyatakan dalam total aset, penjualan, dan kapitalisasi pasar. Semakin besar total aset, penjualan, dan kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan merupakan variabel penting dalam praktik CSR karena mempunyai peran seperti barometer yang dapat menjelaskan alasan mengapa perusahaan terlibat dalam praktik CSR.

Perusahaan besar dengan aktivitas operasional yang lebih besar dan memiliki pengaruh yang besar pula terhadap masyarakat, akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dirancang oleh perusahaan sehingga pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) perusahaan akan lebih luas.

2.2.6 Kepemilikan Saham Publik

Perusahaan yang memiliki saham banyak dan dimiliki publik menunjukkan perusahaan tersebut memiliki kredibilitas yang tinggi dimata masyarakat dalam memberikan imbalan (*deviden*) yang layak dan dianggap mampu beroperasi terus menerus (*going concern*) sehingga cenderung akan

melakukan pengungkapan informasi sosial lebih luas (Achmad, 2011). Perusahaan yang *go public* dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan perusahaan yang memiliki proporsi kepemilikan saham oleh publik. Maksudnya, bahwa semua aktivitas dan keadaan perusahaan tersebut harus dilaporkan dan diketahui publik sebagai pemegang saham.

Kepemilikan saham oleh publik adalah jumlah saham perusahaan yang dimiliki oleh publik, yaitu individu atau institusi yang memiliki kepemilikan saham di bawah lima persen yang berada di luar manajemen dan tidak memiliki hubungan istimewa dengan perusahaan (Abdul, 2012). Semakin teresbarnya kepemilikan saham perusahaan, maka perusahaan tersebut diharapkan akan mengungkapkan informasi lebih banyak mengenai aktivitas *corporate social responsibility* (CSR).

2.2.7 Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dan menunjukkan seberapa besar kinerja keuangan perusahaan dalam memperoleh keuntungan. Profitabilitas yang tinggi, akan memberikan kesempatan yang lebih kepada manajemen dalam mengungkapkan serta melakukan program CSR. Fauzi, *et al.* 2007 dalam Agus 2011 menemukan bukti empiris bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara ROA dengan *corporate social performance* yang kemudian menyatakan bahwa jika perusahaan memiliki tingkat ROA yang tinggi, maka perusahaan akan memiliki dana yang cukup untuk dialokasikan kepada

kegiatan sosial dan lingkungan sehingga tingkat pengungkapan pertanggungjawaban sosial oleh perusahaan akan tinggi.

2.2.8 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Teori legitimasi memiliki alasan tentang hubungan ukuran dan pengungkapan. Perusahaan yang lebih besar melakukan aktivitas yang lebih banyak sehingga memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat, memiliki lebih banyak pemegang saham yang punya perhatian terhadap program sosial yang dilakukan perusahaan dan laporan tahunan merupakan alat yang efisien untuk mengkomunikasikan informasi ini (Cowen *et al.*, 1987) dalam Achmad (2007).

Ukuran perusahaan juga merupakan variabel yang penting dalam praktik CSR dan berperan seperti barometer yang menjelaskan mengapa perusahaan terlibat dalam praktik CSR. Selain itu, juga dinyatakan bahwa CSR hanya akan tampak berbeda apabila konsep CSR terintegrasi dengan prinsip dan praktik perusahaan dan ketika kemajuan pelaksanaan CSR secara teratur dilakukan *monitoring* (Agus, 2011).

2.2.9 Pengaruh Kepemilikan Saham Publik terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

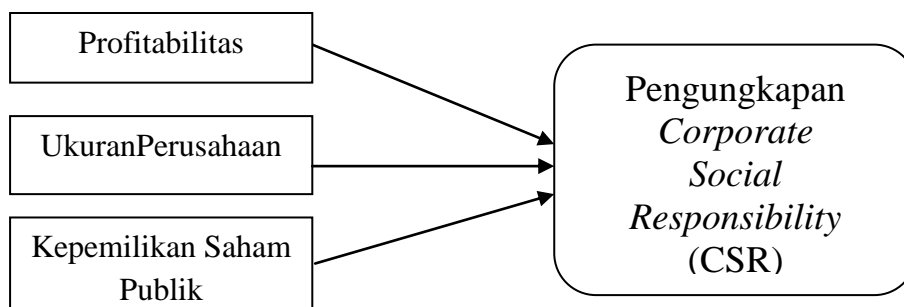
Sebuah perusahaan yang memiliki saham banyak dan dimiliki publik menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki kredibilitas yang tinggi dimata masyarakat dalam memberikan imbalan (*deviden*) yang layak dan dianggap mampu beroperasi terus menerus (*going concern*) sehingga cenderung akan

melakukan pengungkapan informasi sosial lebih luas. Perusahaan yang memiliki porsi kepemilikan saham publik lebih luas akan cenderung melakukan lebih banyak pengungkapan sosial karena dinilai memiliki tanggung jawab secara moral kepada masyarakat (Achmad, 2011).

Perusahaan yang *go public* dan telah terdaftar dalam BEI merupakan perusahaan-perusahaan yang memiliki proporsi kepemilikan saham oleh publik yang artinya bahwa semua aktivitas dan keadaan perusahaan harus dilaporkan dan diketahui oleh publik sebagai salah satu bagian pemegang saham. Akan tetapi tingkat kepemilikan sahamnya berbeda-beda satu sama lain (Marzully dan Denies, 2012). Eka (2011) juga menjelaskan bahwa semakin tinggi rasio/tingkat kepemilikan publik dalam perusahaan diprediksi akan melakukan tingkat pengungkapan yang lebih luas.

2.3 Kerangka Pemikiran

Pada penelitian ini peneliti ingin mengetahui pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan saham publik terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Semakin besar *profit* yang dihasilkan oleh perusahaan, semakin berkembangnya ukuran perusahaan, dan semakin banyak kepemilikan saham yang dimiliki publik maka pengungkapan CSR pada perusahaan tersebut akan semakin besar pula. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dibuat kaitan antara profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kepemilikan saham publik terhadap *corporate social responsibility* (CSR) dengan kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis Penelitian

H1 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

H2 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

H3 : Kepemilikan saham publik berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.