

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dilakukan atas dasar penelitian terdahulu yang meneliti tentang pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penelitian terdahulu tersebut yaitu antara lain :

1. **Munsaidah, dkk (2016)**

Penelitian ini meneliti tentang pengaruh *firm size*, *age*, profitabilitas, *leverage*, dan *growth* perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan property dan real estate yang terdaftar di BEI pada tahun 2010-2014. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui, menganalisis dan menguji pengaruh ukuran perusahaan, umur, profitabilitas, *leverage*, dan pertumbuhan perusahaan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan atau yang lebih dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2010-2014. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu ukuran perusahaan, umur, profitabilitas, *leverage*, dan pertumbuhan perusahaan. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Teknik analisis data menggunakan uji asumsi klasik sedangkan untuk pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan SPSS 17.0 for windows. Populasi penelitian adalah perusahaan property dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2014

dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dalam pemilihan sampelnya. Dari 49 perusahaan yang terdaftar, ternyata hanya 30 perusahaan yang memenuhi kriteria sampel penelitian yang telah ditetapkan. Hasil dari penelitian ini yaitu menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, umur, profitabilitas, dan *leverage* secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Persamaan

- a. Variabel dependen yang digunakan yakni membahas tentang pengungkapan CSR
- b. Variabel independen yang digunakan seperti ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage*.
- c. Teknik analisis yaitu menggunakan uji asumsi klasik dan untuk pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi berganda.

Perbedaan

- a. Pemilihan sampel dimana penelitian terdahulu menggunakan perusahaan property dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2014 sedangkan penelitian sekarang menggunakan perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2015
- b. Variabel independen yaitu penelitian terdahulu menggunakan variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, umur dan pertumbuhan perusahaan sedangkan penelitian sekarang menggunakan ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage*.

2. Subiantoro dan Mildawati (2015)

Peneliti melakukan penelitian tentang pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Variabel dependennya yaitu pengungkapan CSR dan variabel independennya adalah profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas, tipe industri, kepemilikan manajemen, dan ukuran dewan komisaris. Sampel penelitian yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2010-2013 dengan pemilihan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut ;

- a. Perusahaan di kelompokkan ke dalam jenis perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dalam laporan tahunan periode 2010-2013.
- b. Menerbitkan laporan tahunan dengan *Corporate Social Responsibility* secara berturut-turut selama periode penelitian.
- c. Perusahaan yang menyediakan data- data lengkap sesuai dengan variabel yang dibutuhkan.
- d. Perusahaan yang tidak mengalami kerugian secara berturut –turut.
- e. Perusahaan manufaktur yang laporan keuangannya dinyatakan dalam mata uang rupiah.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, tipe industri, dan kepemilikan manajemen tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, sedangkan variabel ukuran dewan komisaris menunjukkan adanya pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Persamaan

- a. Pemilihan variabel independen yang menggunakan ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage*.
- b. Teknik analisis data yang digunakan yakni penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang sama-sama menggunakan teknik asumsi klasik dan untuk uji hipotesisnya menggunakan analisis berganda.

Perbedaan

- a. Tahun penelitian yakni penelitian terdahulu menggunakan periode 2010-2013 sedangkan penelitian sekarang tahun 2011-2015.
- b. Variabel independen yang digunakan yaitu penelitian terdahulu menggunakan tambahan variabel tipe industri, kepemilikan manajemen dan ukuran dewan komisaris sedangkan penelitian sekarang menggunakan variabel ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage*.

3. Mukti (2015)

Penelitian tersebut bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas, profil, ukuran perusahaan, *leverage* dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Populasi dalam penelitian menggunakan perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di BEI selama periode 2010-2013 dan teknik pengambilan sampelnya menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Perusahaan yang terdaftar di BEI selama tahun 2010-2013 secara berturut-turut.

- b. Perusahaan yang dikelompokkan ke dalam jenis *food and beverages* yang terdaftar di BEI dan masih tercatat sebagai emiten sampai tanggal 31 Desember 2013 dan laporan keuangan telah diaudit.
- c. Perusahaan *food and beverages* yang sahamnya masih aktif diperdagangkan di BEI tahun 2010-2013 sehingga dapat diketahui perkembangan laba, deviden, utang, dan perputaran aset yang dibagikan perusahaan tersebut dari tahun ke tahun
- d. Memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.
- e. Perusahaan *food and beverages* yang menyajikan laporan keuangan dengan mata uang rupiah.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas, profil perusahaan, ukuran perusahaan, dan *leverage* memiliki pengaruh yang positif terhadap *Corporate Social Responsibility* sedangkan ukuran dewan komisaris berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Persamaan

- a. Teknik analisis yang digunakan yaitu teknik analisis deskriptif dan uji asumsi klasik dan untuk menguji hipotesis menggunakan analisis regresi berganda.
- b. Variabel independen yakni menggunakan ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage*.

Perbedaan

- a. Pemilihan sampel perusahaan yaitu penelitian terdahulu menggunakan perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di BEI tahun 2010-2013

sedangkan penelitian sekarang menggunakan perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2011-2015.

- b. Variabel independen yang digunakan dimana penelitian terdahulu menggunakan variabel profitabilitas, profil perusahaan, *leverage*, ukuran perusahaan dan ukuran dewan komisaris sedangkan penelitian sekarang hanya menggunakan variabel profitabilitas, ukuran perusahaan dan *leverage*.

4. Aini (2015)

Penelitian ini meneliti tentang pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) pada perusahaan yang terdaftar di indeks LQ45 Bursa Efek Indonesia (BEI). Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk menganalisis hubungan antara karakteristik perusahaan yang terdiri dari kepemilikan saham publik, *leverage*, likuiditas, profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sampel penelitian menggunakan perusahaan-perusahaan yang terdaftar di indeks LQ45 Bursa Efek Indonesia periode Agustus 2014 yang mempublikasikan laporan tahunan (*annual report*)nya selama periode 2008-2013. Indeks saham LQ45 merupakan 45 perusahaan yang memiliki saham paling likuid, yaitu mampu melunasi kewajiban-kewajiban financial perusahaan pada saat jatuh tempo dengan menggunakan aktiva lancar yang tersedia. Teknik pemilihan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Perusahaan yang terdaftar di Indeks LQ45 pada periode Agustus 2014.
- b. Perusahaan yang terdaftar di Indeks LQ45 pada periode Agustus 2014 yang tidak menerbitkan laporan tahunan (annual report)nya selama tahun 2008-2013.
- c. Perusahaan yang terdaftar di Indeks LQ45 pada periode Agustus 2014 yang tidak memberikan informasi tentang variabel yang dibutuhkan dalam penelitian.
- d. Perusahaan yang terdaftar di Indeks LQ45 pada periode Agustus 2014 yang tidak menerbitkan laporan keuangan dalam satuan mata uang Rupiah (Rp).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan *leverage* memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR sedangkan kepemilikan saham publik, likuiditas dan pertumbuhan perusahaan menunjukkan tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Persamaan

- a. Variabel independen yang digunakan yaitu sama-sama menggunakan variabel profitabilitas dan *leverage*.
- b. Teknik analisis data yang digunakan yaitu menggunakan uji asumsi klasik sedangkan untuk pengujian hipotesisnya menggunakan analisis regresi berganda.

Perbedaan

- a. Sampel yang digunakan yaitu penelitian terdahulu menggunakan sampel perusahaan yang terdaftar di Indeks LQ45 pada periode Agustus 2014 yang mempublikasikan *annual report* selama periode 2008-2013 sedangkan penelitian sekarang menggunakan perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2011-2015.
- b. Penggunaan variabel independen yaitu penelitian terdahulu menggunakan variabel kepemilikan saham publik, *leverage*, profitabilitas, dan pertumbuhan perusahaan sedangkan penelitian sekarang hanya menggunakan variabel profitabilitas dan *leverage*.

5. Kurnianingsih (2013)

Penelitian ini meneliti tentang pengaruh profitabilitas dan size perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk menemukan apakah profitabilitas dan size perusahaan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sampel penelitian menggunakan perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas yang diukur dengan ROA dan size perusahaan yang diukur menggunakan Ln of total asset baik secara parsial maupun secara simultan tidak menunjukkan adanya pengaruh signifikan secara parsial terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI.

Persamaan

- a. Tujuan penelitian yakni sama-sama ingin mengetahui pengaruh profitabilitas dan *size* perusahaan terhadap pengungkapan CSR.
- b. Teknik analisis yang digunakan yaitu menggunakan uji asumsi klasik sedangkan untuk menguji hipotesis menggunakan analisis regresi berganda.

Perbedaan

- a. Pemilihan sampel penelitian yakni penelitian terdahulu menggunakan sampel perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI sedangkan penelitian sekarang menggunakan perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI.
- b. Penggunaan variabel independen yaitu penelitian terdahulu hanya menggunakan variabel profitabilitas dan *size* perusahaan sedangkan penelitian sekarang menggunakan variabel profitabilitas, ukuran perusahaan dan *leverage*.

6. Dewi dan Priyadi (2013)

Penelitian ini meneliti tentang pengaruh karakteristik perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji karakteristik perusahaan yang terdiri dari *size* perusahaan, *leverage*, kepemilikan manajemen, dan ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Sampel penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur yang telah terdaftar di BEI. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian adalah *Corporate Social Responsibility Disclosure* sedangkan variabel

independennya adalah karakteristik perusahaan yang terdiri dari *size* perusahaan, *leverage*, kepemilikan manajemen, dan ukuran dewan komisaris. Hasil penelitian ini menunjukkan *size* perusahaan, kepemilikan manajemen, dan ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sedangkan variabel profitabilitas dan *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Persamaan

- a. Tujuan penelitian yakni sama-sama ingin mengetahui pengaruh ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
- b. Pada teknik analisis yang digunakan yaitu menggunakan teknik statistik deskriptif dan uji asumsi klasik dan untuk pengujian hipotesisnya menggunakan analisis regresi linear berganda.

Perbedaan

- a. Variabel independen yang digunakan di mana penelitian terdahulu menggunakan variabel *size* perusahaan, *leverage*, kepemilikan manajerial dan ukuran dewan komisaris sedangkan penelitian sekarang menggunakan variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage*.
- b. Pemilihan sampel penelitian yakni penelitian terdahulu menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2010-2013 sedangkan penelitian sekarang menggunakan perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2011-2015.

Tabel 2.1
Matriks Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Variabel Independen		
		Ukuran Perusahaan	Profitabilitas	Leverage
1	Munsaidah dkk (2016)	Sig	sig	sig
2	Subiantoro dan Mildawati (2015)	tdk sig	tdk sig	tdk sig
3	Mukti (2015)	Sig	sig	sig
4	Aini (2015)		sig	sig
5	Kurnianingsih (2013)	tdk sig	sig	
6	Dewi dan Priyadi (2013)	Sig	tdk sig	tdk sig

2.2. Landasan Teori

2.2.1 *Agency Theory*

Teori agensi mendeskripsikan adanya suatu hubungan kontraktual antara pemegang saham (*shareholders*) sebagai prinsipal dan manajemen yang berperan sebagai agen. Dalam hal ini agen memiliki hak untuk bertindak atas nama dan kepentingan prinsipal dan atas adanya tindakan tersebut maka agen mendapatkan imbalan tertentu dari pihak *principal* (Suwardjono, 2013:485). Teori agensi pertama kali dikemukakan oleh Jensen dan Meckling (1976) yang menyatakan bahwa manajer perusahaan sebagai agen dan pemegang saham sebagai principal yang dimana pemegang saham memiliki peran untuk mendelegasikan di dalam pengambilan keputusan bisnis yang merupakan perwakilan dari para *shareholder*.

Teori agensi memiliki pandangan bahwa dalam suatu perusahaan terdapat dua pihak yang saling terkait yaitu *principal* dan manager. Pihak yang tergolong kedalam *principal* merupakan pihak yang mempunyai modal untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan, sedangkan manager merupakan pihak pelaku kegiatan operasional perusahaan tersebut. Menurut Ikhsan (2011:91) menyatakan bahwa jika dilihat dari sudut pandang teori agensi itu sendiri, maka *principal* (pemilik atau manajemen puncak) membawahi agen (manajer atau para karyawan) dalam melaksanakan kinerja yang efisien. Teori ini mengasumsikan bahwa kinerja yang efisien dan kinerja organisasi ditentukan oleh usaha dan pengaruh kondisi lingkungan. Salah satu contohnya dapat dilihat dalam hal perusahaan yang melakukan pengungkapan informasi tanggung jawab sosial dimana memiliki tujuan untuk membangun *image* perusahaan sehingga mendapatkan perhatian dari masyarakat. Hal tersebut membantu dalam meyakinkan masyarakat akan bentuk usaha perusahaan sehingga secara tidak langsung keberadaan perusahaan akan dinilai baik oleh masyarakat yang menimbulkan dampak positif bagi perusahaan. Perusahaan memerlukan biaya dalam rangka untuk memberikan informasi pertanggungjawaban sosial kepada publik sehingga laba yang dilaporkan pada tahun berjalan akan menjadi lebih rendah. Hal tersebut justru mendorong perusahaan untuk mengungkapkan informasi pertanggungjawaban karena ketika perusahaan menghadapi biaya kontrak dan biaya pengawasan yang rendah maka akan menimbulkan visibilitas politis yang tinggi yang cenderung mempengaruhi pengungkapan CSR. Menurut Sudana (2011:12) bahwa dengan adanya pengungkapan CSR maka akan

mengurangi terjadinya asimetris informasi antara pemilik dengan manajer perusahaan yang didasari oleh adanya perbedaan kepentingan antara manajer dengan pemilik. Adanya penerapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan ini bertujuan untuk menarik minat para investor agar berinvestasi pada perusahaan sehingga perusahaan akan mendapatkan tambahan modal dalam mengembangkan usahanya agar lebih bertumbuh dan mendapatkan nilai lebih dari produksi perusahaan. Hal ini dimanfaatkan oleh para manajer untuk mendapatkan insentif berupa opsi saham, bonus dan lain-lain yang besarnya sangat tergantung pada seberapa besar keputusan yang diambil oleh pihak manajemen dengan kepentingan pemilik perusahaan. Implikasi penerapan CSR menimbulkan munculnya biaya keagenan, bahwa semakin besar suatu perusahaan maka biaya keagenan yang muncul akan semakin besar. Perusahaan yang besar cenderung akan mengungkapkan informasi sosial secara lebih luas dibandingkan dengan perusahaan kecil. Hal ini didasari oleh pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial yang tercermin dalam teori agensi dimana menjelaskan bahwa perusahaan besar mempunyai biaya agensi yang besar dari pada perusahaan kecil dalam mengungkapkan semua informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan (Sudana, 2011 : 13).

2.2.2 *Signalling Theory*

Teori sinyal pertama kali ditemukan oleh Spence pada tahun 1973. Menurut Bringham dan Houston (2012:184) teori sinyal adalah suatu tindakan yang diambil oleh manajemen suatu perusahaan dengan memberikan petunjuk kepada investor tentang bagaimana seorang investor akan menilai prospek

perusahaan tersebut kedepannya. Dalam hal ini Bringham dan Houston melihat dari dua sudut pandang situasi yaitu sudut pandang informasi simetris dan informasi asimetris. Informasi simetris yaitu situasi dimana manajer dan investor memiliki informasi yang sama tentang prospek perusahaan sedangkan informasi asimetris adalah situasi dimana pihak manajer memiliki informasi yang berbeda tentang prospek perusahaan dibandingkan dengan informasi yang dimiliki oleh investor. Hal ini mendorong munculnya teori signaling yang dapat membantu para investor dalam menetapkan keputusan investasi pada suatu perusahaan melalui sinyal-sinyal tertentu yang diberikan oleh pihak manajemen perusahaan.

Menurut Swardjono (2013 : 583) menyatakan bahwa *Signalling theory* atau yang dikenal dengan teori pensignalan memiliki fungsi dalam menekankan informasi penting yang berguna bagi para investor dalam menetapkan keputusan investasi untuk pihak di luar perusahaan. Informasi tersebut berupa keterangan, catatan ataupun gambaran keadaan dimasa lalu, keadaan saat ini maupun keadaan masa depan yang berguna dalam memprediksi keadaan kelangsungan hidup masa depan perusahaan (*going concern*).

Teori signaling membahas mengenai dorongan perusahaan dalam memberikan informasi kepihak eksternal. Dorongan tersebut muncul karena didasari oleh terjadinya asimetri informasi antara pihak manajemen dan pihak eksternal sehingga untuk mengurangi terjadinya asimetri informasi tersebut maka perusahaan harus mengungkapkan informasi yang dimiliki, baik informasi keuangan maupun informasi non keuangan (Bringham dan Houston, 2012:185-186). Informasi non keuangan yang wajib untuk diungkapkan oleh perusahaan

adalah informasi tentang tanggungjawab sosial perusahaan atau yang disebut dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dimuat pada laporan keuangan tahunan (*annual report*) atau laporan sosial perusahaan terpisah.

Teori sinyal membahas mengenai bagaimana perusahaan memberikan sinyal bagi suatu perusahaan seperti suatu tindakan yang diambil oleh manajemen suatu perusahaan dengan memberikan petunjuk kepada investor tentang bagaimana manajemen menilai prospek perusahaan (Suad dan Enny, 2014:186). Sinyal kepada pengguna laporan keuangan yang diungkapkan dalam *annual report* yaitu mengenai apa saja yang dilakukan oleh pihak manajemen dalam merealisasikan keinginan pemilik dengan tujuan untuk menarik minat para investor untuk berinvestasi dalam perusahaan. Sinyal yang diberikan dapat berupa informasi tentang pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan sehingga apabila perusahaan sudah melakukan CSR dengan baik maka pertanggung jawaban sosial perusahaan sudah terpenuhi dalam menjaga kualitas lingkungan sosial perusahaan sehingga dapat memberikan sinyal positif kepada para investor bahwa tata kelola perusahaan sudah terlaksana dengan baik sesuai dengan peraturan UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

2.2.3 Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) mendefinikan CSR sebagai “*Continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community*”

and society at large.” Merupakan suatu komitmen bisnis untuk secara terus menerus berperilaku etis dan berkontribusi dalam pembangunan ekonomi serta meningkatkan kualitas hidup karyawan, keluarga, masyarakat lokal dan masyarakat luas (Agoes dan Ardana, 2009: 89).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu bentuk tindakan yang didasari oleh pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi yang diikuti dengan peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat luas (Hadi, 2011: 48). Sedangkan menurut Jhon Elkington (1997) dalam (Agoes dan Ardana, 2009: 90) mengemukakan bahwa perkembangan *Corporate Social Responsibility* (CSR) diawali dengan munculnya *The Triple Bottom Line*, dimana konsep tersebut menjelaskan bahwa perusahaan tidak lagi hanya memperhatikan catatan keuangan semata (*single bottom line*) melainkan harus meliputi aspek keuangan (*profit*), aspek sosial (*people*) dan aspek lingkungan (*planet*) atau yang sering dikenal dengan sebutan 3P. Berdasarkan konsep 3P yang dikemukakan oleh Elkington maka konsep CSR memadukan tiga fungsi perusahaan secara seimbang yang terdiri dari fungsi ekonomis, fungsi sosial, dan fungsi alamiah. Fungsi ekonomis yaitu fungsi untuk memperoleh keuntungan (*profit*) bagi perusahaan, fungsi sosial yaitu fungsi yang berperan melalui pemberdayaan manusianya yaitu para pemangku kepentingan dalam menjaga keadilan dan menanggung beban dari aktivitas perusahaan, sedangkan yang terakhir adalah fungsi alamiah yaitu berperan dalam menjaga kelestarian alam (*planet/bumi*) (Agoes dan Ardana, 2011: 90-91).

Konsep CSR pada umumnya menyatakan bahwa tanggungjawab perusahaan tidak hanya terhadap pemilik atau pemegang saham saja tetapi juga terhadap para *stakeholders* yang terkait atau terkena dampak dari keberadaan perusahaan tersebut. Informasi yang diungkapkan di dalam laporan tahunan dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*). Dalam hal ini pengungkapan CSR merupakan bentuk pengungkapan sukarela yang memberikan dampak yang positif yaitu memberikan manfaat jangka panjang bagi perusahaan kedepannya. Pengungkapan CSR merupakan suatu proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas ekonomi terhadap kelompok khusus yang juga memiliki kepentingan terhadap masyarakat secara keseluruhan.

Berbagai alasan bagi para manajer untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu yang bersifat sukarela, seperti melaporkan informasi sosial dan lingkungan ke publik menurut penelitian Deegan (2002) dalam Hadi (2011:89) yakni sebagai berikut :

- a. Keinginan untuk mematuhi persyaratan yang ada di dalam Undang-Undang.
- b. Pertimbangan rasionalitas ekonomi.
- c. Keyakinan dalam proses akuntabilitas untuk melaporkan.
- d. Keinginan untuk mematuhi persyaratan peminjaman.
- e. Untuk memenuhi harapan masyarakat yang mencerminkan pandangan yang sesuai dengan “ komunitas lisensi untuk beroperasi”.

Perusahaan yang melaksanakan dan menerapkan CSR akan memperoleh banyak manfaat seperti yang disebutkan oleh O'Donovan (2002) dalam Hadi (2011:87) yaitu :

1. Menyelaraskan nilai-nilai perusahaan dengan nilai-nilai sosial
2. Menghindari tekanan dari kelompok tertentu
3. Meningkatkan image dan reputasi perusahaan
4. Menunjukkan tanggungjawab sosial perusahaan

Sedangkan menurut Dwi Kartini (2009:83-94) menyatakan bahwa perusahaan akan menerima adanya *reward* bila menerapkan adanya *Corporate Social Responsibility* (CSR) didalam menjalankan aktivitas operasional perusahaan. *Reward* yang diterima perusahaan dapat dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu *reward financial* dan *reward non financial*. *Reward financial* yang diterima perusahaan yang menerapkan CSR terdiri dari :

- a. Menurunkan biaya operasional perusahaan
- b. Meningkatkan volume penjualan dan pangsa pasar
- c. Menarik calon investor
- d. Pertumbuhan nilai saham yang signifikan
- e. Membuat kesejahteraan karyawan lebih baik mencegah resiko dari dampak social
- f. Mencegah resiko dari dampak alam

Selain itu perusahaan juga menerima *reward nonfinancial* atas partisipasi perusahaan yang menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang berupa suatu tendensi yang bersifat non keuangan seperti peningkatan kapasitas dan

kapabiliti perusahaan secara kualitatif yang menguntungkan bagi perusahaan guna memperkuat reputasi perusahaan yang terdiri dari :

- a. Menuaskan pelanggan
- b. Menciptakan pelanggan baru
- c. Mencapai brand positioning yang ideal
- d. Penciptaan proses bisnis yang inovatif
- e. Menarik calon tenaga ahli
- f. Jaminan legal dari pemerintah
- g. Pemberitaan media yang positif
- h. Mendapatkan lisensi sosial dari kelompok masyarakat.

Adapun kewajiban untuk melaksanakan CSR pada perusahaan yang terdapat di Indonesia diatur dalam peraturan Undang- Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) dalam pasal 74 (1) menyatakan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usaha di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam (SDA) wajib untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan yang menerapkan CSR guna menjaga agar perusahaan dapat tetap bertahan hidup atau *going concern*.

2.2.4 Indeks Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSRDI)

Terdapat beberapa jenis indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, salah satunya adalah GRI (*Global Reporting Index*) dari *Global Reporting Initiative* yang merupakan suatu lembaga untuk mempromosikan standar yang diciptakan dengan memberikan arahan bagi perusahaan-perusahaan dalam menerbitkan laporan berkelanjutan tentang CSR. Berdasarkan peraturan

Bapepam No. VIII.G.2 tentang laporan tahunan dan kesesuaian item CSR untuk diaplikasikan di Indonesia, maka kemudian dilakukan adanya penyesuaian sehingga diperoleh hasil bahwa terdapat 79 item yang termasuk kedalam kategori pengungkapan CSR yang sesuai dengan kondisi di Indonesia. Indikator pengungkapan GRI dibagi menjadi tiga kelompok utama yaitu indikator kinerja ekonomi, indikator kinerja lingkungan dan indikator kinerja sosial.

2.2.5 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan perusahaan. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil, hal ini didasari karena perusahaan besar cenderung memiliki resiko yang lebih besar terhadap kerusakan lingkungan. Perusahaan besar berdasarkan teori keagenan yang menyatakan bahwa perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar daripada perusahaan kecil (Marwata, 2011) sehingga perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak dengan upaya untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Pengungkapan sosial yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis bagi perusahaan (Hasibuan, 2001) sehingga dengan mengungkapkan laporan kepedulian pada lingkungan dalam bentuk laporan keuangan maka perusahaan dalam jangka waktu panjang dapat terhindar dari biaya yang sangat besar akibat tuntutan dari masyarakat. Ukuran perusahaan diproksikan dengan menggunakan \ln total asset. Hal ini dilakukan untuk mengurangi terjadinya fluktuatif data yang berlebih sehingga ketika dilakukan pemrosesan data maka nilai total asset perusahaan dapat dikombinasikan dengan variabel independen

yang lain. Ukuran perusahaan digunakan untuk menjelaskan pengungkapan CSR yang dikaitkan dengan teori agensi dimana perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar sehingga untuk mengurangi biaya keagenan tersebut maka perusahaan akan mengungkapkan informasi yang lebih luas dari perusahaan kecil yang tidak menunjukkan perilaku CSR secara jelas karena perusahaan yang berada dalam tahap dewasa dan bertumbuh yang menarik banyak perhatian dari lingkungannya serta memerlukan respon yang lebih terbuka (Sudana,2011). Dengan hal tersebut maka perusahaan besar yang memiliki aktivitas operasional yang besar dan memiliki pengaruh yang besar dalam kehidupan masyarakat menjadi sorotan bagi pemegang saham dalam memperhatikan masalah sosial sehingga akan mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* secara luas.

2.2.6 Profitabilitas

Profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba, Kasmir (2013:196). Rasio profitabilitas bertujuan untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu dengan tujuan untuk menilai posisi laba perusahaan pada periode sebelumnya dengan laba periode sekarang sehingga dapat diketahui kinerja laba yang dihasilkan pada periode tertentu, Kasmir (2013: 197-198). Semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dihasilkan suatu perusahaan dapat menunjukkan seberapa baik pengelolaan manajemen perusahaan, dengan demikian semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka semakin luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Siti Munsaidah dkk, 2016).

Sedangkan menurut Heinze (dalam Hecston dan Mike,1996) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan suatu faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggung jawaban sosial kepada para pemegang saham. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan berasal dari tingkat profitabilitas perusahaan yang semakin meningkat. Maka dapat dijelaskan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan entitas untuk menghasilkan laba yang diprosikan dengan menggunakan ROA sehingga dapat diketahui tingkat laba yang diperoleh perusahaan dengan membandingkan laba setelah pajak dengan total aset perusahaan. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan nilai pemegang saham, sebab hubungan antara profitabilitas perusahaan dengan pengungkapan CSR telah dipostulasikan untuk merefleksikan pandangan bahwa kepedulian sosial membutuhkan gaya managerial agar dapat menghasilkan *profit* bagi perusahaan tersebut. Mengingat pengungkapan CSR kini merupakan cerminan bagi lingkup manajemen dalam menghadapi lingkungan yang dinamis dan multidimensional. Oleh karena itu, keterampilan manajemen harus dipertimbangkan untuk *survive* dalam lingkungan perusahaan masa kini. Dengan demikian semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial perusahaan.

2.2.7 Leverage

Leverage adalah rasio yang digunakan dalam mengukur nilai utang dengan ekuitas yang di proksikan melalui *Debt To Equity Ratio*, Kasmir (2013: 157-158). Perusahaan dengan tingkat leverage yang tinggi menunjukkan bahwa

perusahaan tersebut sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* yang rendah menunjukkan bahwa perusahaan lebih banyak membiayai asetnya dengan dana modal sendiri. Hal tersebut menggambarkan bahwa resiko keuangan perusahaan jika dikaitkan dengan teori keagenan memprediksikan bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki rasio *leverage* yang rendah karena dipengaruhi oleh biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal yang berasal dari pinjaman luar dinilai lebih tinggi dibandingkan dengan modal sendiri (Jensen dan Meckling, 1976).

Leverage menunjukkan kualitas layanan kewajiban perusahaan yang diprosika dengan menggunakan DER yaitu dengan membandingkan seberapa besar rasio antara total kewajiban dan total modal yang dimiliki perusahaan. Sehingga *leverage* dapat dikatakan sebagai suatu perjanjian hutang yang digambarkan dengan tingkat *leverage*, yang dimaksud untuk membatasi kemampuan manajemen dalam menciptakan transfer kekayaan antar pemegang saham dan pemegang obligasi (Fachry Maulana,2013). Berdasarkan teori keagenan menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat *leverage* suatu perusahaan maka semakin besar juga pengungkapan informasi yang dilakukan oleh perusahaan. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk menghilangkan keraguan para pemegang saham terhadap dipenuhinya hak-hak sebagai kreditur yang membutuhkan informasi tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang dijadikan sebagai sumber informasi untuk mengevaluasi resiko secara benar

(Marie et al,2006). Oleh karena itu *leverage* dapat digunakan sebagai alat untuk memastikan agar para shareholder yakin bahwa perusahaan mampu untuk untuk membiayai utang perusahaan melalui pengungkapan CSR sehingga dengan adanya informasi pengungkapan tersebut maka para pemegang saham dapat mengevaluasi secara langsung resiko perusahaan yang dapat dilihat dari tingkat *leverage* perusahaan.

2.2.8 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan teori agensi secara umumnya menyatakan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi yang dilakukan dibandingkan dengan perusahaan kecil karena perusahaan besar mempunyai biaya agensi yang besar sehingga perusahaan tidak membutuhkan adanya biaya tambahan yang besar dalam melakukan pengungkapan yang luas. Selain itu perusahaan besar merupakan emiten yang banyak di soroti pengungkapannya sehingga dengan melakukan pengungkapan informasi yang luas maka dapat mengurangi biaya politis perusahaan dimana hal tersebut dijadikan sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan (Sembiring, 2005).

Selain itu ukuran perusahaan merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan variabel yang penting dalam praktik CSR dimana memiliki peran sebagai barometer mengenai alasan mengapa perusahaan harus terlibat dalam praktik CSR. Selain itu juga ukuran perusahaan berperan sebagai variabel penduga yang

digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan (Belkaoui dan Karpik 1989).

2.2.9 Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dan menunjukkan seberapa besar kinerja keuangan perusahaan dalam memperoleh keuntungan (*profit*). Profitabilitas dapat menunjukkan seberapa baik pengelolaan manajemen perusahaan dalam menjalankan aktivitas perusahaan agar mendapatkan laba sebesar-besarnya, oleh sebab itu semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka cenderung perusahaan tersebut melakukan pengungkapan CSR secara luas. Berdasarkan teori agensi bahwa semakin besar laba yang diperoleh suatu perusahaan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas. Perusahaan menggunakan *Return on Asset (ROA)* sebagai alat untuk mengukur tingkat profitabilitas perusahaan karena rasio ini dinilai dapat mengukur sejauh mana laba bersih yang telah dihasilkan oleh perusahaan pada sejumlah aset tertentu.

Selain itu menurut Sari (2012) menyatakan bahwa rasio profitabilitas dapat mengukur para eksekutif perusahaan dalam menciptakan tingkat keuntungan baik keuntungan dalam bentuk laba perusahaan maupun keuntungan dalam bentuk nilai ekonomis yang berasal dari aktivitas penjualan, aset bersih perusahaan maupun modal perusahaan sendiri (*shareholders equity*). Dengan demikian jika perusahaan memiliki profitabilitas yang tinggi maka perusahaan tersebut memiliki dana yang cukup untuk dialokasikan ke dalam kegiatan sosial

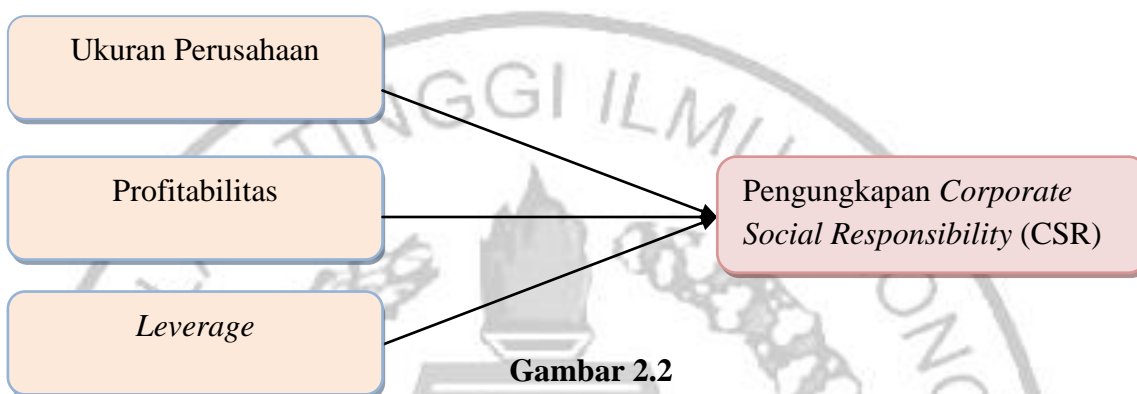
dan lingkungan sehingga tingkat pertanggungjawaban sosial perusahaan akan tinggi.

2.2.10 Pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Leverage merupakan variabel yang menunjukkan kualitas layanan kewajiban perusahaan yang menjelaskan seberapa besar rasio antara total kewajiban dengan total modal perusahaan. Fahrizqi (2010) berpendapat bahwa semakin tinggi *leverage* maka kemungkinan besar perusahaan tersebut akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang sehingga pihak manager akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan dengan laba dimasa depan. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan sedikit mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial hal tersebut didasari agar perusahaan dapat melaporkan laba sekarang lebih tinggi (mengurangi biaya pengungkapan). Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Mukti (2015) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian Sari (2012) yang menyatakan bahwa tinggi rendahnya *leverage* tidak mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

2.3. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu maka kerangka penelitian ini dapat digambarkan pada bagan di bawah ini.



Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran

2.4. Hipotesis Penelitian

Dari kerangka pemikiran diatas, maka dapat disimpulkan hipotesis yang akan diajukan untuk dilakukan pengujian dalam penelitian ini sebagai berikut.

- H1 : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*
- H2 : Profitabilitas perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*
- H3 : Leverage perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*