

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini didasarkan pada hasil penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu tersebut yaitu antara lain:

##### 1. Nina Agustina Wulansari (2015)

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji pengaruh *leverage*, profitabilitas, dewan komisaris, dan ukuran perusahaan pada *corporate social responsibility*. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *leverage*, profitabilitas, dewan komisaris, dan ukuran perusahaan. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility*. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2010-2013 dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dalam penelitian sampelnya. Hasil dari penelitian ini adalah ke empat variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen hanya sebesar 8%. Selanjutnya hasil dari analisis linier berganda diperoleh hasil bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan ukuran perusahaan, *leverage*, dan ukuran dewan komisaris mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian sekarang yaitu:

1. Menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linier berganda.
2. Variabel independen yang diteliti yaitu *leverage*, profitabilitas, dewan komisaris, dan ukuran perusahaan serta variabel dependen yaitu pengungkapan *corporate social responsibility*.
3. Menggunakan jenis data sekunder.
4. Menggunakan metode *purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sampelnya. Penelitian sekarang dikembangkan dari penelitian sebelumnya dengan perbedaan, Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2010-2013 merupakan sampel yang digunakan oleh Nina dalam penelitiannya, sementara pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti sekarang menggunakan sampel Bank Umum Swasta Nasional Devisa *Go Public* yang terdaftar di BEI periode 2012-2014.

## **2. Nurul Kusuma Wardani dan Indira Januarti (2013)**

Penelitian ini meneliti pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur. Variabel independen dalam penelitian ini adalah ukuran dewan komisaris, profitabilitas, dan *leverage*. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan *corporate social responsibility*. Teknik analisis data menggunakan uji asumsi klasik, statistik deskriptif, uji hipotesis dan analisis linier berganda. Populasi dalam penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur pada periode 2009-2011 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dalam pemilihan sampelnya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran dewan

komisaris, dan profitabilitas berpengaruh signifikan sedangkan *leverage* tidak berpengaruh signifikan.

Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian sekarang yaitu:

1. Menggunakan statistik deskriptif dan analisis regresi berganda.
  2. Variabel independen yang diteliti yaitu ukuran dewan komisaris, profitabilitas, dan *leverage*.
  3. Menggunakan jenis data sekunder.
  4. Menggunakan metode *purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sampelnya.
- Penelitian sekarang dikembangkan dari penelitian sebelumnya dengan perbedaan, Perusahaan Manufaktur yang terdaftar BEI selama periode 2009-2011 merupakan sampel yang digunakan oleh Nurul dan Indira dalam penelitiannya, sementara pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti sekarang menggunakan sampel Bank Umum Swasta Nasional Devisa *Go Public* yang terdaftar di BEI periode 2012-2014.

### **3. Sontry Oktaviana Politon dan Sri Rustiyaningsih (2013)**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji pengaruh *size*, profitabilitas, profil, ukuran dewan komisaris, *leverage*, kepemilikan institusional, dan kepemilikan asing pada pengungkapan tanggung jawab sosial. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *size*, profitabilitas, profil, ukuran dewan komisaris, *leverage*, kepemilikan institusional, dan kepemilikan asing. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur *go public* yang terdaftar di BEI selama periode 2010-2011

dengan menggunakan *teknik purposive sampling* dalam pemilihan sampelnya. Hasil dari penelitian ini bahwa *size*, profil, dan kepemilikan institusional berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial di Indonesia. Sementara profitabilitas, ukuran dewan komisaris, *leverage*, dan kepemilikan asing tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial di Indonesia.

Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian sekarang yaitu:

1. Menggunakan analisis regresi berganda.
2. Variabel independen yang diteliti yaitu dewan komisaris, ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage*, serta variabel dependen yaitu pengungkapan *corporate social responsibility*.
3. Menggunakan jenis data sekunder.
4. Menggunakan metode *purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sampelnya.

Penelitian sekarang dikembangkan dari penelitian sebelumnya dengan perbedaan, Perusahaan Manufaktur *Go Public* yang terdaftar di BEI periode 2010-2011 merupakan sampel yang digunakan oleh Sontry dan Sri dalam penelitiannya, sementara pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti sekarang menggunakan sampel Bank Umum Swasta Nasional Devisa *Go Public* yang terdaftar di BEI periode 2012-2014.

#### **4. Fariati dan Waseso Segoro (2012)**

Penelitian ini berjudul pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial pada perusahaan industri dasar dan kimia yang telah terdaftar di BEI periode 2010-2011.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan ukuran dewan komisaris. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggungjawab sosial. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, dan analisis regresi berganda. Populasi dalam penelitian ini menggunakan perusahaan industri dasar dan kimia yang telah terdaftar di BEI periode 2010-2011. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan, profitabilitas dan ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial, sedangkan variabel *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian sekarang yaitu:

1. Menggunakan analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linier berganda.
2. Variabel independen yang digunakan yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan ukuran dewan komisaris serta variabel dependen yaitu pengungkapan tanggungjawab sosial.
3. Menggunakan jenis data sekunder.
4. Menggunakan metode *purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sampelnya.

Penelitian sekarang dikembangkan dari penelitian sebelumnya dengan perbedaan, Perusahaan Industri Dasar dan Kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2011 merupakan sampel yang digunakan oleh Fariati dan Waseso Segoro dalam penelitiannya, sementara pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti sekarang

menggunakan sampel Bank Umum Swasta Nasional Devisa *Go Public* yang terdaftar di BEI periode 2012-2014.

#### **5. Maya Indriastuti dan Chrisna Suhendi (2012)**

Penelitian ini mengambil topik tentang analisis mengenai pengungkapan pertanggungjawaban sosial yang ditinjau dari beberapa karakteristik perusahaan yang bertujuan untuk memberikan gambaran tentang praktik pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilaksanakan oleh perusahaan. Variabel independen dalam penelitian ini adalah profitabilitas dan *leverage*. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial. Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan metode regresi berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan perbankan *go public* di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2009-2011. Sampel dipilih dengan menggunakan *judgement sampling*, yaitu salah satu bentuk dari metode *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini yaitu profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan perbankan, sedangkan tingkat *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan perbankan.

Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian sekarang yaitu:

1. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda.
2. Variabel independen yang diteliti profitabilitas dan *leverage*, serta variabel dependen yaitu pengungkapan tanggung jawab sosial.
3. Jenis data yang digunakan yaitu data sekunder.

4. Teknik pengambilan sampel yaitu dengan menggunakan metode *purposive sampling*.

Penelitian sekarang dikembangkan dari penelitian sebelumnya dengan perbedaan, Perusahaan Perbankan yang *Go Public* di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2009-2011 merupakan sampel yang digunakan oleh Maya dan Chrisna dalam penelitiannya, sementara pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti sekarang menggunakan sampel Bank Umum Swasta Nasional Devisa *Go Public* yang terdaftar di BEI periode 2012-2014.

#### **6. Ahmad dan Antonius (2012)**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk memperoleh bukti empiris adanya pengaruh faktor ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas, dan solvabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Variabel independen dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas, dan solvabilitas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2008-2009. Teknik analisis data yang digunakan dengan metode regresi berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dengan periode waktu 2008-2009. Sampel dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini yaitu variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan *corporate social responsibility*, namun variabel profitabilitas, likuiditas dan solvabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian sekarang yaitu:

1. Menggunakan analisis regresi berganda.
2. Variabel independen yang diteliti ukuran perusahaan dan profitabilitas, serta variabel dependen yaitu pengungkapan *corporate social responsibility*.
3. Menggunakan jenis data sekunder.
4. Menggunakan metode *purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sampelnya.

Penelitian sekarang dikembangkan dari penelitian sebelumnya dengan perbedaan, Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2008-2009 merupakan sampel yang digunakan oleh Ahmad dan Antonius untuk penelitiannya, sementara pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti sekarang menggunakan sampel Bank Umum Swasta Nasional Devisa *Go Public* yang terdaftar di BEI periode 2012-2014.

#### **7. Marzully dan Denies (2012)**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*. Variabel independen dalam penelitian ini adalah dewan komisaris, profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, pengungkapan media, dan kepemilikan saham publik. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility disclosure*. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik, analisis deskriptif, dan 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 *corporate social responsibility*. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan dewan komisaris dan *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian sekarang yaitu:

1. Menggunakan analisis uji asumsi klasik, statistik deskriptif, dan analisis regresi linier berganda.
2. Variabel independen yang digunakan yaitu dewan komisaris, ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage*, serta variabel dependen yaitu pengungkapan *corporate social responsibility*.
3. Menggunakan jenis data sekunder.
4. Menggunakan metode *purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sampelnya.

Penelitian sekarang dikembangkan dari penelitian sebelumnya dengan perbedaan, Perusahaan yang berkategori *High Profile* yang terdaftar di BEI periode 2008-2010 merupakan sampel yang digunakan oleh Marzully dan Denies dalam penelitiannya, sementara pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti sekarang menggunakan sampel Bank Umum Swasta Nasional Devisa *Go Public* yang terdaftar di BEI periode 2012-2014.

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 Teori Stakeholder

Imam Ghozali dan Chariri (2007:32) mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholders*, bagi *shareholders*, kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, dan pihak lain. Di dalam perusahaan, *stakeholder's* menjadi pihak yang paling diutamakan, karena dapat menentukan keberlangsungan aktivitas perusahaan. Perusahaan perlu melakukan kegiatan dan mengungkapkan *corporate social responsibility* sehingga dapat terjalin hubungan yang baik antara perusahaan dengan *stakeholder*. Sehingga *stakeholder* akan memberikan pengaruh untuk perusahaan dalam melakukan aktivitas operasionalnya untuk meningkatkan kinerja serta keuntungan sehingga tidak akan terjadi konflik antara perusahaan dan *stakeholder*.

Perusahaan dengan laba yang tinggi, menjadi tolok ukur bahwa perusahaan tersebut mempunyai kinerja operasional yang baik. Dengan diperolehnya laba yang tinggi maka perusahaan akan dapat menarik lebih banyak investor untuk menanamkan modalnya. Bila dikaitkan dengan teori *stakeholder*, hal tersebut tidak hanya memberikan manfaat bagi perusahaan, namun juga dapat memberikn manfaat bagi para *stakeholder* diantaranya yaitu bagi pemegang saham memperoleh manfaat pembagian dividen yang tinggi dan bagi masyarakat sekitar dapat memperoleh manfaat seperti pengembangan pendidikan, layanan kesehatan, dan lain sebagainya.

*Leverage* perusahaan yang tinggi, menjadi tolok ukur bahwa struktur modal perusahaan banyak dibiayai oleh hutang atau pinjaman. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut dipercayai oleh kreditur, tetapi kreditur juga harus mengawasi kinerja perusahaan untuk mengetahui perusahaan tersebut mampu melunasi pinjamannya. Kaitannya dengan teori *stakeholder* adalah dengan perusahaan meminjam kepada kreditur. Manfaat untuk perusahaan yaitu selain dapat dipercaya kreditur untuk peminjaman, perusahaan juga dapat mengembangkan perusahaannya melalui peminjaman dari kreditur tersebut. Apabila perusahaan dapat mengelolah pinjaman serta mengembangkan lewat pinjaman tersebut sehingga memperoleh keuntungan yang tinggi, sehingga pemegang saham dapat menerima manfaatnya, yaitu dalam bentuk pembagian dividen.

### **2.2.2 Teori Agensi**

Anthony dan Govindarajan (2005:269) menjelaskan dalam teori agensi mengasumsikan bahwa setiap individu bertindak atas kepentingan dirinya sendiri. Teori agensi mendiskripsikan hubungan antara pemegang saham (*shareholders*) sebagai principal dan manajemen sebagai agen. Agen diasumsikan akan menerima kepuasan tidak hanya dari kompensasi, namun dari tambahan yang terlibat dalam hubungan suatu agensi, seperti kondisi kerja yang menarik, luang waktu yang banyak dan jam kerja yang fleksibel.

Proporsi kepemilikan yang hanya sebagian dari perusahaan membuat manajer bertindak untuk kepentingan pribadi bukan untuk meningkatkan nilai

perusahaan dan disitu akan menyebabkan biaya keagenan. Jensen dan Meckling (1976) mendefinisikan tentang *agency cost* dari jumlah biaya yang dikeluarkan principal untuk melakukan pengawasan terhadap agen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa asimetri informasi adalah suatu kejadian dimana manajemen perusahaan lebih mengetahui kinerja perusahaan dibandingkan dengan investor.

Dalam teori agensi, hubungan agensi muncul ketika satu orang atau lebih (*principal*) memperkerjakan orang lain (*agent*) untuk memberikan jasa lalu kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada *agent*. Hubungan antara *principal* dan *agent* mengarah pada kondisi dimana tidak adanya keseimbangan informasi (*asymmetrical information*) dikarenakan *agent* berada pada posisi dimana memiliki informasi yang lebih lengkap tentang perusahaan dibandingkan dengan *principal*.

### 2.2.3 Teori Legitimasi

Deegan (2004) Teori legitimasi menyatakan bahwa suatu organisasi dapat bertahan apabila masyarakat dimana dia berada merasa bahwa institusi tersebut beroperasi sesuai dengan batasan dan norma-norma yang berlaku dimapun perusahaan tersebut berdiri. Kesesuaian sikap, tindakan dan akibat yang dilakukan oleh perusahaan di lingkungan sekitar sehingga menimbulkan citra positif dalam pengungkapan *corporate social responsibility*.

Kaitannya dengan penelitian sekarang adalah bahwa peneliti ingin melihat sejauh mana perusahaan dalam pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan.

Hal tersebut berkaitan dengan hubungan perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar, serta perusahaan bukanlah suatu entitas yang dapat berdiri sendiri akan tetapi dalam perkembangannya memerlukan dukungan dari masyarakat dan lingkungan dimana perusahaan tersebut berdiri. Lindblom (1994) menyatakan bahwa suatu organisasi mungkin menerapkan empat strategi legitimasi ketika menghadapi berbagai ancaman legitimasi. Sehingga solusi untuk menghadapi kegagalan kinerja perusahaan yaitu:

1. Mendidik para *stakeholder* tentang tujuan organisasi untuk dapat meningkatkan kinerja perusahaan.
2. Merubah persepsi para *stakeholder* terhadap suatu kejadian (akan tetapi tidak merubah kinerja aktual organisasi).
3. Mengalihkan perhatian dari permasalahan yang menjadi perhatian.
4. Mencoba untuk merubah ekspektasi eksternal tentang kinerjanya.

#### **2.2.4 Corporate Social Responsibility (CSR)**

*Corporate Social Responsibility* merupakan suatu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang dibarengi dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan serta keluarganya, serta sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara luas (Nor Hadi 2011:48). Basis *corporate social responsibility* adalah *corporate code of conduct*, maka menjadi suatu kebutuhan diperlukannya tata tertib bisnis agar tercipta praktik bisnis yang beretika.

Tanggung jawab perusahaan tidak hanya terbatas pada kinerja operasional perusahaan, akan tetapi juga bertanggung jawab atas permasalahan sosial yang menjadi dampak aktivitas operasional perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa, tanggung jawab sosial adalah suatu bentuk pertanggung jawaban yang dilakukan perusahaan atas dampak positif maupun dampak negatif yang ditimbulkan dari aktivitas operasionalnya, yang mungkin sedikit banyak berpengaruh langsung terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar.

### **2.2.5 Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)**

Hackson dan Milne (1996) dalam Sembiring (2005), tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan sering disebut juga sebagai *corporate social responsibility* atau *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social reporting* merupakan proses komunikasi dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Menurut Gray et.al (1998) terdapat dua pendekatan dalam melakukan penelitian tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pendekatan pertama, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat diperlakukan sebagai suatu suplemen dari aktivitas akuntansi konvensional. Secara umum pendekatan ini akan mengasumsi bahwa masyarakat sebagai pengguna utama pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan serta cenderung membatasi persepsi tentang tanggung jawab sosial yang dilaporkan. Pendekatan kedua dengan menggunakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada suatu pengujian

peran informasi dalam hubungan masyarakat dan organisasi. Banyak teori yang menjelaskan mengapa perusahaan cenderung mengungkapkan informasi yang berkaitan dengan aktivitasnya dan dampak yang ditimbulkan perusahaan.

Pada saat perusahaan mulai berinteraksi dan dekat dengan lingkungan dan masyarakat, maka akan terjalin hubungan yang saling ketergantungan dan kesamaan minat serta tujuan antara perusahaan dengan lembaga sosial yang ada. Aktivitas sosial perusahaan merupakan salah satu komponen yang digunakan dalam laporan tahunan. Belum adanya standar baku yang mengatur tentang pelaporan aktivitas sosial perusahaan sehingga menyebabkan adanya keanekaragaman bentuk pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan mempunyai kebijakan sendiri-sendiri mengenai pengungkapan tanggung jawab sosialnya. Oleh sebab itu, pengukuran pengungkapan tanggung jawab sosial dilakukan dengan menggunakan instrument penelitian berupa daftar item pengungkapan berdasarkan GRI atau *Global Reporting Index*. GRI adalah sebuah pedoman pengukuran pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan. Dalam GRI indikator kinerja terdapat beberapa aspek yang harus diungkapkan oleh perusahaan, namun dalam penelitian ini hanya menggunakan 6 aspek yang digunakan oleh sektor perbankan yaitu sektor lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan kerja, lain-lain tentang tenaga kerja, produk, kesejahteraan dan keterlibatan masyarakat serta umum. Ada beberapa aspek yang ada didalamnya dan akan dijabarkan dalam lampiran 1.

### 2.2.6 Karakteristik Perusahaan

Penelitian ini untuk menguji pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Pujiastuti (2015) dalam penelitiannya yang menguji karakteristik perusahaan dan tata kelola perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Penelitian yang dilakukan oleh pujiastuti menggunakan ukuran perusahaan (*size*), profitabilitas, umur listing perusahaan, leverage, ukuran dewan komisaris dan tingkat kepemilikan saham oleh publik sebagai pengembang hipotesisnya. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil topik yang sama dengan menggunakan karakteristik perusahaan yaitu, dewan komisaris, ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

#### 1. Dewan Komisaris

Dewan komisaris merupakan pelaksana tertinggi didalam perusahaan. Semakin banyak jumlah dewan komisaris dalam suatu perusahaan, maka pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan akan semakin luas. Wewenang yang dimiliki oleh dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang kuat untuk mengungkapkan informasi tentang tanggung jawab sosial lebih banyak, sehingga dapat mempengaruhi nilai perusahaan di masyarakat luas.

Menurut Coller dan Gregory (1999) dalam Sembiring (2005) menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan monitoring yang dilakukan semakin efektif. Bila dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka tekanan terhadap manajemen



juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya. Proporsi dewan komisaris harus sedemikian rupa sehingga memungkinkan pengambilan putusan yang efektif, tepat dan cepat serta dapat bertindak secara independen (Wedari, 2004). Dengan adanya pengambilan keputusan yang lebih efektif dan efisien tersebut, maka dalam hal pengungkapan juga akan lebih diperhatikan terutama pengungkapan sosial karena tuntutan dari pemegang saham.

## 2. Ukuran Perusahaan

Perusahaan yang memiliki ukuran yang lebih besar akan bertahan lama bila dibandingkan perusahaan yang memiliki ukuran yang lebih kecil, karena semakin besar ukuran perusahaan semakin besar pula sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Sumber daya yang dimiliki perusahaan tersebut akan lebih banyak berhubungan dengan *stakeholder*, sehingga diperlukan tingkat pengungkapan atas aktivitas perusahaan yang lebih besar termasuk dalam pengungkapan tanggung jawab sosial (Kamil & Herusetya, 2012). Ukuran perusahaan dapat dilihat dari besar kecilnya total aktiva, nilai tersebut digunakan untuk memberikan gambaran mengenai kemampuan perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan.

## 3. Profitabilitas

Menurut Kokobu et. al. (2001) dalam Sembiring (2005) menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara kinerja ekonomi suatu perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi dengan premis bahwa perolehan laba yang semakin besar akan membuat

perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas. Shinghvi dan Desai (1971) dalam Simanjuntak dan Widiastuty (2004) mengutarakan bahwa profit margin yang tinggi akan mendorong para manajer untuk memberikan informasi yang lebih terperinci, sebab mereka ingin menyakinkan investor terhadap profitabilitas perusahaan.

Profitabilitas merupakan kemampuan yang dicapai oleh perusahaan dalam satu periode tertentu. Profitabilitas dapat dilihat pada laporan keuangan pada bagian neraca dan laba rugi. *Return on Asset* merupakan alat analisis keuangan untuk mengukur profitabilitas. Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat penjualan, *asset*, dan ekuitas. Jika semakin tinggi tingkat profit semakin tinggi pula tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial, dikarenakan profit perusahaan yang tinggi dapat mengatasi timbulnya biaya-biaya atas pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal tersebut juga diungkapkan oleh Kamil dan Herusetya (2012), jika perusahaan memiliki tingkat profit yang tinggi maka dapat mencerminkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba yang tinggi, sehingga perusahaan dapat meningkatkan tanggung jawab sosial dan melakukan pengungkapan.

#### 4. Leverage

*Leverage* menjadi tolok ukur yang digunakan untuk mengukur seberapa besar perusahaan bergantung pada kreditur untuk membiayai *asset* perusahaan. Jika perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut bergantung pada pinjaman untuk membiayai asetnya. Sebaliknya perusahaan

dengan tingkat *leverage* yang rendah akan membiayai asetnya dengan menggunakan modal sendiri. Tingkat *leverage* dapat menggambarkan risiko keuangan perusahaan. Teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi (Jensen dan Mecking, 1976 dalam Anggraini, 2006).

### **2.2.7 Pengaruh Antar Variabel**

#### **1. Dewan Komisaris dengan Pengungkapan CSR**

Dewan komisaris mempunyai tugas untuk memonitor manajer. Sebagai wakil dari principal didalam perusahaan, dewan komisaris dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan, karena dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang kuat untuk menekan manajemen agar dapat mengungkapkan informasi *corporate social responsibility* lebih banyak lagi.

Penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005) menyatakan bahwa ukuran dewan komisaris memiliki hasil signifikan sebagai variabel independen. Hal ini menunjukkan jika jumlah anggota dewan komisaris semakin besar, maka pengawasan yang dilakukan tentunya semakin efektif. Pengawasan yang efektif akan memberikan dampak pada hasil pengungkapan *corporate social responsibility*.

#### **2. Ukuran Perusahaan dengan Pengungkapan CSR**

Menurut Ferry dan Jones dalam Jaelani (2001:79) ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan. Sehingga ukuran perusahaan

menjadi tolok ukur besar kecilnya modal yang digunakan, total aktiva yang dimiliki atau total penjualan yang diperoleh. Perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan yang besar, cenderung memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibanding dengan perusahaan yang memiliki ukuran yang kecil.

### **3. Profitabilitas dengan Pengungkapan CSR**

Perusahaan yang memiliki tingkat profit yang tinggi, maka perusahaan tersebut memiliki kemampuan pendanaan yang tinggi untuk membiayai aktivitas operasional perusahaan khususnya dalam pengungkapan tanggung jawab sosial. Bila dibandingkan dengan perusahaan kecil yang tidak mempunyai pendanaan yang tinggi, sehingga jarang ada yang mengungkapkan tanggung jawab sosialnya.

Investor juga akan memberikan respon yang baik kepada perusahaan-perusahaan yang mampu memperoleh tingkat laba yang tinggi, karena dari situlah perusahaan mempunyai kemampuan untuk mendanai aktivitas operasional perusahaan. Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Kamil dan Herusetya (2012) dan Sembiring (2005) yang menunjukkan bahwa profitabilitas yang tinggi akan berdampak pada pengungkapan kegiatan *corporate social responsibility* yang tinggi pula. Jika perusahaan tersebut memiliki sinyal yang positif maka investor akan tertarik untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut.

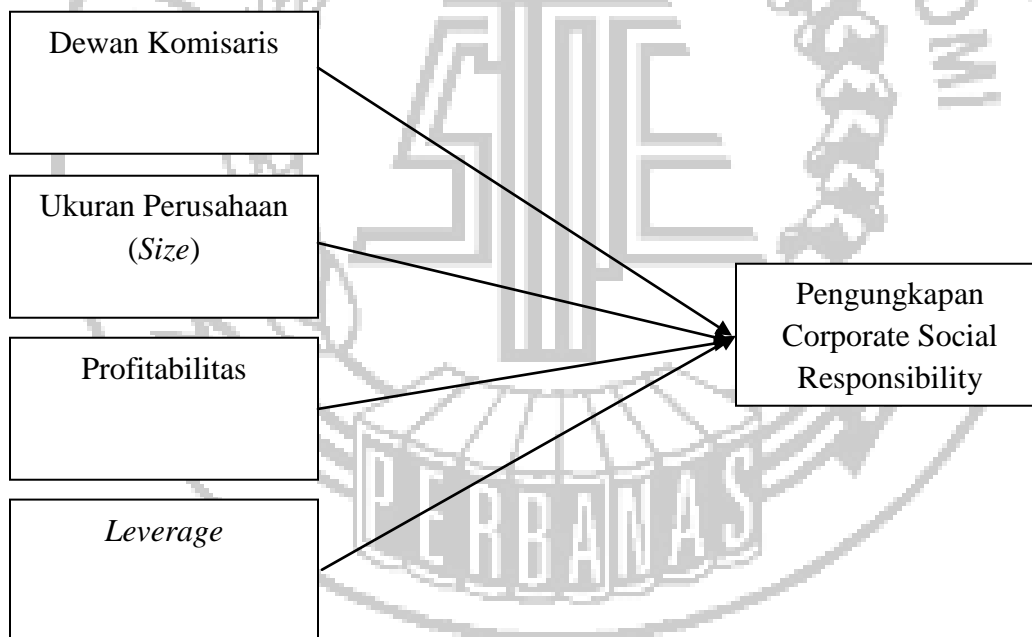
### **4. Leverage dengan Pengungkapan CSR**

Teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi (Jensen dan Meckling,

1976). Sehingga dapat disimpulkan, perusahaan yang memiliki tingkat rasio *leverage* tinggi akan memiliki kewajiban melakukan pengungkapan lebih luas daripada perusahaan dengan tingkat rasio *leverage* rendah.

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan penelitian terdahulu dan landasan teori diatas, maka akan dibuat model penelitian dengan menggunakan variabel dewan komisaris, ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* dalam pengungkapan *corporate social responsibility* seperti gambar berikut :



**Gambar 2.1**  
**KERANGKA PEMIKIRAN**

## 2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan landasan teori, penelitian terdahulu, serta pengaruh berbagai faktor terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* diatas, maka penelitian ini akan menguji kembali pengaruh dewan komisaris, ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* dengan rumusan hipotesis sebagai berikut:

- H<sub>1</sub> : Dewan Komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
- H<sub>2</sub> : Ukuran Perusahaan (*size*) berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
- H<sub>3</sub> : Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
- H<sub>4</sub> : *Leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

