

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan dengan topik yang saling berkaitan. Berikut adalah penjelasan mengenai penelitian terdahulu sebagai bahan rujukan peneliti dalam menyusun penelitian saat ini :

2.1.1 Fifi Swandari dan Ali Sadikin (2016)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh struktur kepemilikan, profitabilitas, leverage, dan ukuran terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah indeks pengungkapan CSR dengan 64 perusahaan yang terdaftar di periode Bursa Efek Indonesia tahun 2012. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan institusional, manajerial dan asing tidak berpengaruh pada CSR. Hal ini menunjukkan bahwa struktur kepemilikan tidak bisa meningkatkan CSR di perusahaan. Sebaliknya, profitabilitas memiliki pengaruh terhadap CSR. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan keuntungan yang tinggi memiliki fleksibilitas dana untuk melaksanakan program CSR yang telah ditetapkan. Selain itu, tingkat utang perusahaan juga dapat mempengaruhi CSR dengan arah negative, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat utang yang tinggi biasanya akan lebih fokus pada pengelolaan risiko bisnis yang dihadapi bukan pada program

CSR. Terakhir, ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR perusahaan

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian yang dilakukan Fifi Swandari dan Ali Sadikin (2016) adalah:

1. Populasi yang digunakan sama yaitu perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
2. Metode statistika yang digunakan memiliki kesamaan yaitu metode regresi linear berganda.
3. Variabel dependen yang digunakan juga memiliki kesamaan yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian yang dilakukan Fifi Swandari dan Ali Sadikin (2016) adalah :

1. Menggunakan variabel yang berbeda, penelitian ini menggunakan variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, dan struktur kepemilikan publik sebagai variabel bebas, sedangkan penelitian terdahulu menggunakan struktur kepemilikan, profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan sebagai variabel bebas
2. Periode data yang diambil penelitian sekarang lebih lama dari pada penelitian terdahulu yaitu lima tahun, sedangkan penelitian terdahulu hanya menggunakan data selama satu tahun.

2.1.2 Esti Rofiqkoh (2016)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan

tanggung jawab sosial perusahaan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa laporan tahunan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh sector perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2012-2014. Teknik pengambilan sample penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, yaitu memilih sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu sesuai dengan yang dikehendaki peneliti. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 52 perusahaan dengan pengamatan selama 3 tahun, sehingga terpilih sebanyak 156 objek pengamatan. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dengan bantuan program spss. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang diukur dengan menggunakan ROA, sedangkan *leverage* dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang diukur menggunakan DER dan log natural.

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian yang dilakukan Esti Erfiqoh (2016) adalah :

1. Populasi yang digunakan sama yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
2. Variabel yang digunakan salah satunya yaitu profitabilitas dan ukuran perusahaan.
3. Metode statistika yang digunakan yaitu metode regresi linear berganda.
4. Variabel dependen yang digunakan juga memiliki kesamaan yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian yang dilakukan Esti Erfiqkoh (2016) adalah :

1. Penelitian ini menggunakan tambahan variabel yang berbeda yaitu profitabilitas , ukuran perusahaan, dan struktur kepemilikan publik sebagai variabel bebas sedangkan penelitian terdahulu menggunakan profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan sebagai variabel bebas.
2. Periode data yang diambil lebih lama yaitu lima tahun sedangkan penelitian terdahulu hanya dua tahun.

2.1.3 Meita Wahyu Rindawati dan Nur Fadjrih Asyik (2015)

Tujuan dari penelitian Meita Wahyu Rindawati dan Nur Fadjrih Asyik (2015) adalah untuk menguji pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, dan kepemilikan publik terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2011-2013. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Penelitian ini menjelaskan bahwa, hasil pengujian menunjukkan profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), sedangkan ukuran perusahaan, *leverage*, dan kepemilikan publik tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian yang dilakukan Meita Wahyu Rindawati dan Nur Fadjrih Asyik (2015) adalah :

1. Populasi yang digunakan sama yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

2. Variabel yang digunakan sama yaitu profitabilitas, struktur kepemilikan, dan ukuran perusahaan.
3. Metode statistika yang digunakan juga memiliki kesamaan yaitu metode regresi linear berganda.
4. Variabel dependen yang digunakan juga memiliki kesamaan yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian yang dilakukan Meita Wahyu Rindawati dan Nur Fadrijh Asyik (2015) adalah :

1. Penelitian ini menggunakan tambahan variabel yang berbeda yaitu profitabilitas, ukuran perusahaan, dan struktur kepemilikan publik sebagai variabel bebas sedangkan penelitian terdahulu menggunakan profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, dan kepemilikan publik.
2. Periode data yang diambil penelitian sekarang lebih lama dari pada penelitian terdahulu yaitu lima tahun, sedangkan penelitian terdahulu hanya menggunakan data selama dua tahun.

2.1.4 Intan Noor Annisa dan M.Rafki Nazar (2015)

Tujuan dari penelitian terdahulu Intan Noor Annisa dan M.Rafki Nazar (2015) adalah untuk menguji pengaruh struktur kepemilikan, dengan variable kontrol profitabilitas, umur, dan ukuran perusahaan terhadap luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2011-2013 dengan 51 sampel perusahaan yang sesuai dengan kriteria penelitian. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Penelitian ini

menjelaskan bahwa, hasil pengujian menunjukkan bahwa struktur kepemilikan, dengan variable kontrol profitabilitas, umur, dan ukuran perusahaan tidak terdapat pengaruh parsial maupun simultan terhadap luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian yang dilakukan Intan Noor Annisa dan M.Rafki Nazar (2015) adalah :

1. populasi yang digunakan sama yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
2. Variabel yang digunakan salah satunya yaitu struktur kepemilikan, metode statistika yang digunakan yaitu metode regresi linear berganda.
3. Variabel dependen yang digunakan juga memiliki kesamaan yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian yang dilakukan Noor Annisa dan M.Rafki Nazar (2015) adalah :

1. Tambahan variabel yang berbeda, penelitian ini menggunakan variabel profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel bebas, bukan sebagai variabel kontrol, sedangkan penelitian terdahulu menggunakan variabel bebas struktur kepemilikan, dengan variable kontrol profitabilitas, umur, dan ukuran perusahaan.
2. Periode data yang diambil penelitian sekarang lebih lama dari pada penelitian terdahulu yaitu lima tahun, sedangkan penelitian terdahulu hanya menggunakan data selama dua tahun.

2.1.5 Wirmie Eka Putra, Yuliusman, dan Dedy Setiawan (2011)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, tingkat kepemilikan dalam negeri dan tingkat kepemilikan asing terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan yang dipublikasikan di industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode systematic random sampling. Dengan menggunakan metode deskriptif, penelitian ini mengambil 72 perusahaan sebagai sampel penelitian. Daftar periksa tersebut digunakan sebagai instrumen penelitian yang didukung oleh dokumentasi data yang diambil dari Direktori Pasar Modal Indonesia yang terbit pada tahun 2010 dan Laporan Tahunan akhir tahun 31 Desember 2009. Analisis data untuk menguji hipotesis adalah analisis regresi berganda dengan menggunakan perangkat lunak SPSS 15. (1) Penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, tingkat kepemilikan dalam negeri dan tingkat kepemilikan asing mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan secara bersamaan. Secara keseluruhan pengaruh variabel masih tergolong rendah dilihat dari masih rendahnya nilai total skor yang diperoleh keseluruhan sampel jika dibandingkan dengan skor maksimum yang diperoleh; (2) Ukuran perusahaan sebagian, profitabilitas, leverage, tingkat kepemilikan dalam negeri dan tingkat kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hubungan antara ukuran perusahaan dengan tingkat pengungkapan termasuk dalam kategori sedang, sedangkan profitabilitas, leverage, kepemilikan di dalam negeri dan kepemilikan

orang asing (orang asing ke tingkat masing-masing pengungkapan termasuk dalam kategori rendah.

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian yang dilakukan Wirmie Eka Putra, Yuliusman, dan Dedy Setiawan (2011) adalah:

1. metode statistika yang digunakan memiliki kesamaan yaitu metode regresi.
2. Variabel dependen yang digunakan juga memiliki kesamaan yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian yang dilakukan Wirmie Eka Putra, Yuliusman, dan Dedy Setiawan (2011) adalah

1. Menggunakan variabel yang berbeda, yaitu profitabilitas, ukuran perusahaan, dan struktur kepemilikan publik, sedangkan penelitian terdahulu menggunakan variabel bebas profitabilitas, ukuran perusahaan, struktur kepemilikan asing dan dalam negeri
2. Periode data yang diambil penelitian sekarang lebih lama dibandingkan dengan penelitian terdahulu, penelitian saat ini menggunakan periode data selama lima tahun yaitu mulai tahun 2012 sampai dengan tahun 2016, sedangkan penelitian terdahulu hanya menggunakan data selama satu tahun.

Tabel 2. 1
PENELITIAN TERDAHULU

KETERANGAN	Fifi Swandari dan Ali Sadikin	Esti Rofiqkoh	Meita Wahyu Rindawati	Intan Noor Annisa dan M.Rafki Nazar	Wirmie Eka Putra, Yuliusman, dan Dedy Setiawan
Topik Penelitian	<i>The Effect Of Ownership Structure, Profitability, Leverage, And Firm Size On Corporate Social Responsibility (CSR).</i>	Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan ,Leverage, dan Kepemilikan Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR).</i>	Pengaruh Struktur Kepemilikan, Dengan Variable Kontrol Profitabilitas, Umur, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR).</i>	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Tingkat Kepemilikan Dalam Negeri Dan Tingkat Kepemilikan Asing Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Laporan Tahunan Yang Dipublikasikan Di Industri Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.
Tahun Penelitian	2016	2016	2015	2015	2011
Variabel Dependen	Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> pada perusahaan	Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> pada perusahaan	Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> pada perusahaan	Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> pada perusahaan	Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> pada perusahaan

KETERANGAN	Fifi Swandari dan Ali Sadikin	Esti Rofiqkoh	Meita Wahyu Rindawati	Intan Noor Annisa dan M.Rafki Nazar	Wirmie Eka Putra, Yuliusman, dan Dedy Setiawan
Variabel Independen	Kepemilikan Institusional, Manajerial, Kepemilikan Asing, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan	Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Dan Ukuran Perusahaan	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , Dan Kepemilikan Publik	Struktur Kepemilikan (Variabel Kontrol : Profitabilitas, Umur, Dan Ukuran)	Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Tingkat Kepemilikan Dalam Negeri Dan Tingkat Kepemilikan Asing
Sampel	64 perusahaan yang terdaftar di periode Bursa Efek Indonesia tahun 2012.	Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI	Perusahaan Manufaktur	Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI	Perusahaan Industri yang terdaftar di BEI
Teknik	Analisis Regresi Linear Berganda	Analisis Regresi Linear Berganda	Analisis Regresi Linear Berganda	Analisis Regresi Linear Berganda dan Analisis Deskriptif	Deskriptif analisis dan Analisis
Hasil Penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan institusional, manajerial dan asing tidak berpengaruh pada CSR.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang diukur dengan	Penelitian ini menjelaskan bahwa, hasil pengujian menunjukkan profitabilitas berpengaruh positif terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR), sedangkan	Hasil pengujian menunjukkan bahwa struktur kepemilikan, dengan variable kontrol profitabilitas, umur, dan ukuran perusahaan tidak terdapat pengaruh parsial maupun simultan terhadap luas	Hasil dari penelitian ini adalah Ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, tingkat kepemilikan dalam negeri dan tingkat kepemilikan asing mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

KETERANGAN	Fifi Swandari dan Ali Sadikin	Esti Rofiqkoh	Meita Wahyu Rindawati	Intan Noor Annisa dan M.Rafki Nazar	Wirmie Eka Putra, Yuliusman, dan Dedy Setiawan
Hasil Penelitian	profitabilitas memiliki pengaruh terhadap CSR, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada CSR perusahaan.	menggunakan ROA, sedangkan <i>leverage</i> dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial	ukuran perusahaan, <i>leverage</i> , dan kepemilikan publik tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).	pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).	secara bersamaan. 2)Ukuran perusahaan sebagian, profitabilitas, leverage, tingkat kepemilikan dalam negeri dan tingkat kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Sumber : Fifi Swandari dan Ali Sadikin (2016), Esti Rofiqkoh (2016), Meita Wahyu Rindawati (2015), Intan Noor Annisa dan M.Rafki Nazar (2015), Wirmie Eka Putra, et al (2011)

2.2 Landasan Teori

Pada bab ini dijelaskan beberapa teori yang mendasari, teori tersebut adalah yang membahas tentang *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan variable-variabel yang mempengaruhinya yaitu Profitabilitas, Struktur kepemilikan, dan Ukuran Perusahaan serta teori yang dikemukakan oleh para ahli .

2.2.1 Definisi *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Definisi CSR telah banyak dikemukakan berbagai pihak. Fraderick et al menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* dapat diartikan sebagai prinsip yang menerangkan perusahaan harus dapat bertanggung jawab terhadap efek dari setiap tindakan di dalam masyarakat maupun lingkungan. Konsep CSR yang banyak dijadikan rujukan oleh berbagai pihak adalah konsep *triple bottom line* yaitu *planet*, *profit* dan *people*. Konsep ini menjelaskan tentang segitiga kehidupan *stakeholder* yang harus diberi laporan oleh korporasi di tengah upaya mengejar keuntungan atau profit yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial. Sejalan dengan itu, Yusuf Wibisono (2007:33) mendefinisikan CSR sebagai tanggung jawab perusahaan kepada pemangku kepentingan untuk berlaku etis dengan meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (*triple bottom line*) dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan.

Yusuf Wibisono (2007) menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan dapat dibagi menjadi tiga (3) level sebagai berikut :

a) *Basic Responsibility (BR)*

Level pertama, menghubungkan tanggung jawab yang pertama dari suatu perusahaan yang muncul karena keberadaan perusahaan seperti ; perusahaan harus membayar pajak, memenuhi hukum, memenuhi standart pekerjaan, dan memuaskan pemegang saham. Bila tanggung jawab pada level ini tidak dipenuhi akan menimbulkan dampak yang sangat serius.

b) *Organization Responsibility (OR)*

Level kedua menunjukkan tanggung jawab perusahaan untuk memenuhi perubahan kebutuhan *stakeholder* seperti pekerja, pemegang saham, dan masyarakat disekitarnya.

c) *Societal Responses (SR)*

Level ketiga, menunjukkan tahapan ketika interaksi antara bisnis dan kekuatan lain dalam masyarakat yang demikian kuat sehingga perusahaan dapat tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan, terlibat dengan apa yang terjadi dalam lingkungannya secara keseluruhan.

Menurut Ismail Solihin (2009) dari sisi perusahaan terdapat berbagai manfaat yang diperoleh dari aktivitas CSR, antara lain sebagai berikut :

1. Mengurangi resiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima perusahaan.

Perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosialnya secara konsisten akan mendapat dukungan luas dari komunitas yang telah merasakan manfaat dari berbagai aktivitas yang dijalkannya. CSR akan mendongkrak citra perusahaan, yang dalam rentang waktu panjang akan

meningkatkan reputasi perusahaan. Manakala terdapat pihak-pihak tertentu yang menuduh perusahaan menjalankan perilaku serta praktek-praktek yang tidak pantas, masyarakat akan menunjukkan pembelaannya. Karyawan pun akan berdiri dibelakang perusahaan, membela institusi tempat mereka bekerja.

2. Sebagai pelindung dan pembantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis.

Pada saat perusahaan diterpa kabar miring atau tidak benar bahkan ketika perusahaan melakukan suatu kesalahan, maka akan lebih mudah memahami dan memaafkan.

3. Keterlibatan dan kebanggaan karyawan

Karyawan akan merasa bangga bekerja pada perusahaan yang memiliki reputasi baik dan akan melakukan upaya untuk membantu meningkatkan kesejahteraan dan lingkungan sekitarnya. Kebanggaan pada karyawan akan menimbulkan rasa loyalitas, sehingga karyawan lebih termotivasi untuk bekerja keras demi kemajuan perusahaan dan peningkatan kinerja maupun produktivitas.

4. Secara konsisten akan mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dan para *stakeholder*-nya.

Pelaksanaan CSR secara konsisten menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kepedulian pada pihak-pihak yang selalu berkontribusi terhadap lancarnya aktivitas dan kemajuan yang mereka raih dan akan membuat

para *stakeholders* senang dan nyaman dalam menjalin hubungan dengan perusahaan.

5. Meningkatnya penjualan

Seperti terungkap dalam riset *Raper Search Worldwide*, para konsumen akan menyukai produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang konsisten menjalankan tanggung jawab sosialnya sehingga memiliki reputasi yang baik.

6. Insentif-insentif

Insentif-insentif lainnya seperti pajak dan berbagai perlakuan khusus lainnya. Hal ini perlu dipikirkan guna mendorong perusahaan agar lebih giat lagi menjalankan tanggung jawab sosialnya.

Crowther (2008) membagi menjadi tiga atas prinsip-prinsip tanggung jawab sosial, yaitu:

1. *Sustainability*, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitasnya tentang memperhitungkan keberlanjutan sumber daya dimasa depan. Keberlanjutan juga memberikan arahan bagaimana penggunaan sumber daya sekarang tetapi dengan tetap memperhatikan dan memperhitungkan kemampuan generasi masa depan. Dengan demikian, sustainability berputar pada keberpihakan dan upaya bagaimana society memanfaatkan sumber daya agar tetap memperhatikan generasi masa datang.
2. *Accountability*, merupakan upaya perusahaan untuk terbuka dan bertanggungjawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas

dibutuhkan, ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal. Konsep ini menjelaskan pengaruh kuantitatif dari aktivitas perusahaan terhadap pihak internal dan eksternal. Akuntabilitas dapat dijadikan sebagai media bagi perusahaan membangun image dan network terhadap para pemangku kepentingan.

3. *Transparency*, merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Prinsip ini berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman, khususnya informasi dan pertanggungjawaban berbagai dampak dari lingkungan.

Adapun rumus perhitungan CSR adalah sebagai berikut :

$$CSRI = \frac{\sum Xi}{n} \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan :

CSRI : Corporate Social Responsibility Index perusahaan

n : jumlah item CSR , n=91 item

Xi : 1 = jika item csr yng diungkapkan dan 0 = jika item csr tidak diungkapkan.

2.2.2 Indikator *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Indikator yang digunakan dalam pengukuran CSR sesuai dengan *Global Reporting Initiative* (GRI) versi 4.00 yang meliputi 6 dimensi yang ada didalam (lampiran 1) , yaitu :

1. Ekonomi, meliputi kinerja ekonomi, kehadiran pasar, dan dampak ekonomi tidak langsung.
2. Lingkungan, meliputi material, energi, air, biodiversitas, emisi, efluen, dan limbah, produk dan jasa, kepatuhan, transportasi, dan keseluruhan.
3. Tenaga Kerja, meliputi lapangan kerja, hubungan tenaga kerja/manajemen, pelatihan dan pendidikan, dan keanekaragaman dan kempatan yang adil.
4. Hak Asasi Manusia, meliputi praktek investasi dan pengadaan, nondiskriminasi, kebebasan berserikat dan berunding bersama berkumpul, pekerja anak, kerja paksa dan kerja wajib, praktek/tindakan pengamanan, dan hak penduduk asli.
5. Masyarakat, meliputi komunitas, korupsi, kebijakan publik, kelakuan tidak bersaing, dan kepatuhan.
6. Pertanggungjawaban Produk, meliputi kesehatan dan keselamatan pelanggan, label produk dan jasa, komunikasi pemasaran, privasi pelanggan, dan kepatuhan.

2.2.3 Tipe Pengungkapan CSR

Pengungkapan yang dihitung dengan pendekatan tipe pengungkapan tanggung jawab sosial, dapat digolongkan menjadi tiga yaitu : 1) Naratif (N); 2) Non Moneter (NM); & 3) Moneter (M). N adalah pengungkapan yang hanya dilakukan secara naratif tanpa didukung adanya data berupa angka baik non moneter maupun moneter, NM adalah pengungkapan secara naratif disertai dengan adanya data pendukung berupa angka non moneter, dan M adalah

pengungkapan secara naratif disertai dengan adanya data pendukung baik berupa angka non moneter maupun angka moneter. Moneter (M) diasumsikan lebih baik dari pengungkapan Non Moneter (NM) dan Naratif (N). Dengan demikian Pengungkapan Moneter (M) diberi skor tertinggi yaitu 3. Pengungkapan secara Non Moneter (NM) diberi skor 2 dan pengungkapan secara Naratif (N) diberi skor 1, skor yang paling tinggi menunjukkan tipe pengungkapan yang paling baik.

2.2.4 Teori Stakeholder (Stakeholder Theory)

Istilah *Stakeholder* pertama kali diperkenalkan oleh *Standford Research Institute* (SRI) pada tahun 1963. *Stakeholde* didefinisikan sebagai “*any group or individual who ca affect or be affected by the achievement of a organization’s objective.*” bahwa *Stakeholde* merupakan kelompok maupun individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh proses tujuan organisasi (Hamdani, 2016:34)

Teori *Stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan tidak boleh hanya berorientasi untuk kepentingan sendiri, namun harus memberikan manfaat kepada *stakeholdernya*. *Stakeholder* adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan (Indah Fajarini : 2012). Nor Hadi (2011) menyatakan bahwa perusahaan tidak hanya sekedar bertanggung jawab terhadap para pemilik (*shareholder*), namun bergeser menjadi lebih luas yaitu sampai pada ranah sosial kemasyarakatan (*stakeholder*) yang selanjutnya disebut CSR (*social responsibility*).

2.2.5 Teori Legitimasi (Legitimacy Theory)

Nor Hadi (2011) berpendapat bahwa legitimasi merupakan system pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat, pemerintah individu dan kelompok masyarakat. Untuk itu, sebagai suatu sistem yang mengedepankan keberpihakan kepada masyarakat, operasi harus kongruen dengan harapan masyarakat. Meita Wahyu Rindawati (2015) mejabarkan bahwa legitimasi dapat diperleh manakala terdapat kesesuaian antara keberadaan perusahaan tidak mengganggu atau sesuai dengan eksistensi system nilai yang ada dalam masyarakat dan lingkungan. Ketika terjadi pergeseran yang menuju ketidaksesuaian, maka pada saat itu legitimasi perusahaan terancam.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa legitimasi perusahaan dimata *stakeholder* merupakan faktor signifikan untuk mendukung citra dan reputasi perusahaan dimata *stakeholder* (Hadi,2011). Dengan demikian maka pengungkapan informasi CSR merupakan investasi jangka panjang guna meningkatkan reputasi dan legitimasi.

2.2.6 Teori Kontrak Sosial (Social Contract Theory)

Adanya interelasi dalam kehidupan sosial masyarakat, agar terjadi keselarasan, keserasian, dan keseimbangan dalam lingkungan, semua hal tersebut akhirnya memicu timbulnya sebuah kontrak sosial antara perusahaan dengan lingkungan dan masyarakat. Perusahaan adalah kelompok orang yang memiliki kesamaan tujuan dan berusaha mencapai tujuan secara bersama yang merupakan bagian dari masyarakat dalam lingkungan yang lebih besar. Keberadaannya sangat ditentukan oleh masyarakat, dimana antara keduanya saling pengaruh dan

mempengaruhi. Untuk itu, agar terjadi keseimbangan (equality), maka perlu kontrak sosial (social contract) baik secara eksplisit maupun implisit sehingga terjadi kesepakatan-kesepakatan yang saling melindungi kepentingannya (Meita Wahyu Rindawati, 2015).

2.2.7 Profitabilitas

Profitabilitas adalah hasil bersih dari serangkaian kebijakan dan keputusan (Brigham, 2001:89). Untuk dapat menjaga kelangsungan hidupnya, suatu perusahaan haruslah berada dalam keadaan menguntungkan (Profitable). Tanpa adanya keuntungan akan sangat sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar. Para kreditor, pemilik perusahaan dan terutama pihak manajemen perusahaan akan berusaha meningkatkan keuntungan ini, karena disadari betul betapa pentingnya arti keuntungan bagi masa depan perusahaan.

Menurut Tangkilisan (2003: 156). *Profitabilitas* dapat diukur dari tiga pendekatan yakni pendekatan penjualan dan pendekatan investasi. Ukuran yang banyak digunakan adalah *return on asset (ROA)*, *return on equity (ROE)*, dan *return on investment (ROI)*. Salah satu ukuran rasio *profitabilitas* yang sering juga digunakan adalah *return on equity (ROE)* yang merupakan tolak ukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan total modal sendiri yang digunakan. Rasio ini menunjukkan tingkat *efisiensi* investasi yang nampak pada efektivitas pengelolaan modal sendiri. Cara menilai *profitabilitas* perusahaan adalah bermacam-macam tergantung dari *total aktiva* atau modal mana yang akan diperbandingkan satu dengan yang lainnya.

1. **ROE (Return On Equity)**

Menurut Kasmir (2008:199), mengatakan bahwa *Return on equity* yaitu ratio profitabilitas yang mengukur kinerja manajemen dalam mengelola modal untuk menghasilkan laba setelah pajak. Return on equity ialah suatu pengukuran dari penghasilan (*income*) yang tersedia bagi para pemilik perusahaan (baik itu pemegang saham biasa ataupun pemegang saham preferen) atas modal yang mereka investasikan di dalam suatu perusahaan

Sawir 2009, mengatakan bahwa *Return on equity* ialah rasio yang memperlihatkan sejauh manakah perusahaan tersebut mengelola modal sendiri (*net worth*) dengan secara efektif, mengukur tingkat keuntungan dari investasi yang telah dilakukan pemilik modal sendiri ataupun pemegang saham suatu perusahaan. ROE tersebut menunjukkan rentabilitas modal sendiri atau yang sering disebut dengan rentabilitas usaha. Adapun rumus dari (*Return On Equity*) ROE.

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Equity}} \dots\dots\dots(2)$$

2. **Return On Asset (ROA)**

Menurut Kasmir (2008:199), “ROA yaitu ratio profitabilitas yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktiva yang digunakan”. Adapun rumus perhitungan dari ROA adalah

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Asset}} \dots\dots\dots(3)$$

2.2.8 Ukuran Perusahaan

Pada dasarnya, ukuran perusahaan hanya terbagi atas tiga kategori, yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium-size*), dan perusahaan kecil (*small firm*). Ukuran perusahaan adalah suatu skala yang dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara, antara lain: total aktiva, *log size*, nilai pasar saham, dan lain-lain (Suwito dan Herawaty, 2005).

Ukuran perusahaan merupakan hal yang penting dalam proses pelaporan keuangan. Ukuran perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan melihat seberapa besar *asset* yang dimiliki oleh sebuah perusahaan. Aset yang dimiliki perusahaan ini menggambarkan hak & kewajiban serta permodalan perusahaan. Ukuran perusahaan menurut hasil penelitian Cooke (1992) terbukti mempengaruhi luas pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan.

Menurut Edy Suwito dan Arleen Herawaty (2005: 138) ukuran perusahaan dibagi menjadi 3 yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium-size*) dan perusahaan kecil (*small firm*). Perusahaan besar dapat memiliki masalah yang lebih besar (karena lebih sulit untuk dimonitor) sehingga membutuhkan *corporate governance* yang lebih baik. Disisi lain perusahaan kecil bisa memiliki kesempatan tumbuh yang tinggi, sehingga membutuhkan dana eksternal, dan seperti argument diatas membutuhkan *corporate governance* yang baik .Adapun rumus dari ukuran perusahaan adalah sebagai berikut :

$$LN = (\text{nilai buku total asset}) \dots\dots\dots(4)$$

2.2.9 Struktur Kepemilikan

Menurut Slamet Haryono (2005), Struktur Kepemilikan adalah Komposisi modal antara hutang dan ekuitas termasuk juga proporsi antara kepemilikan saham insider shareholders dan outside shareholders. Struktur Kepemilikan dapat terbagi menjadi beberapa kategori yaitu struktur kepemilikan institusional, struktur kepemilikan manajerial, struktur kepemilikan asing, dan struktur kepemilikan publik

Kepemilikan saham dikatakan terkonsentrasi jika sebagian besar saham dimiliki oleh sebagian kecil individu atau kelompok, sehingga pemegang saham tersebut memiliki jumlah saham yang relatif dominan dibandingkan dengan lainnya. Kepemilikan saham dikatakan menyebar, jika kepemilikan saham menyebar secara relatif merata ke publik, tidak ada yang memiliki saham dalam jumlah sangat besar dibandingkan dengan lainnya (Nuryaman 2008).

2.2.10 Kepemilikan Manajerial

Menurut Sujono dan Soebiantoro (2007), Kepemilikan manajerial adalah kepemilikan saham oleh manajemen perusahaan yang diukur dengan presentase jumlah saham yang dimiliki oleh manajemen.

Kepemilikan saham manajerial akan membantu penyatuan kepentingan antara manajer dan pemegang saham, sehingga manajer ikut merasakan secara langsung manfaat dari keputusan yang diambil dan ikut pula menanggung kerugian sebagai konsekuensi dari pengambilan keputusan yang salah. Adapun Rumus dari kepemilikan manajerial adalah sebagai berikut:

$$KM = \frac{\text{Jumlah saham Direksi \& Komisaris}}{\text{Jumlah total saham yang beredar}} \times 100\% \dots \dots \dots (5)$$

2.2.11 Kepemilikan Institusional

Menurut Wening (2007), kepemilikan institusional merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan. Adanya kepemilikan oleh investor institusional akan mendorong peningkatan pengawasan yang lebih optimal terhadap kinerja manajemen, karena kepemilikan saham mewakili suatu sumber kekuasaan yang dapat digunakan untuk mendukung atau sebaliknya terhadap kinerja manajemen. Semakin besar kepemilikan oleh institusi keuangan maka akan semakin besar kekuatan suara dan dorongan institusi keuangan untuk mengawasi manajemen dan akibatnya akan memberikan dorongan yang lebih besar untuk mengoptimalkan nilai perusahaan sehingga kinerja perusahaan juga akan meningkat. Konsentrasi kepemilikan institusional merupakan saham perusahaan yang dimiliki oleh institusi atau lembaga (perusahaan asuransi, bank, perusahaan investasi dan kepemilikan institusi lain). Kepemilikan perusahaan publik duludipandang tersebar diantara banyak pemegang saham. Adapun Rumus dari kepemilikan istitusional adalah sebagai berikut:

$$KI = \frac{\text{Jumlah saham Institusional}}{\text{Jumlah total saham yang beredar}} \times 100\% \dots \dots \dots (6)$$

2.2.12 Kepemilikan Publik

Kepemilikan publik merupakan porsi saham beredar (*outstanding share*) yang dimiliki masyarakat atau publik (Wirmie Eka Putra, dkk ,2011). Adapun Rumus dari kepemilikan publik adalah sebagai berikut:

$$\text{Kepemilikan KP} = \frac{\text{Jumlah saham publik}}{\text{Jumlah total saham yang beredar}} \times 100\% \dots \dots \dots (7)$$

2.2.13 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social*

Responsibility (CSR)

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba selama periode tertentu, yang dapat mempengaruhi perusahaan dalam mengungkapkan CSR (Mirza Nurdin Nugroho & Agung Yulianto 2015) menyatakan bahwa perusahaan di Indonesia akan meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial ketika memperoleh profit yang tinggi, sehingga semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba semakin tinggi juga tingkat pengungkapan CSR. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan ketersediaan dana yang lebih untuk melaksanakan CSR dan mengungkapkannya, sebagai bukti akuntabilitas kepada stakeholder dan meyakinkan bahwa aktivitas perusahaan sesuai dengan norma dan nilai sosial yang berlaku di masyarakat. Hal ini dapat dikatakan profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

2.2.14 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate*

Social Responsibility (CSR)

Berdasarkan teori legitimasi, perusahaan besar memiliki aktivitas yang lebih banyak, sehingga menimbulkan dampak sosial lingkungan yang lebih besar pula dibandingkan dengan perusahaan kecil. Sembiring (2005:381) menyatakan bahwa perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan dan perusahaan yang lebih besar dengan aktifitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial

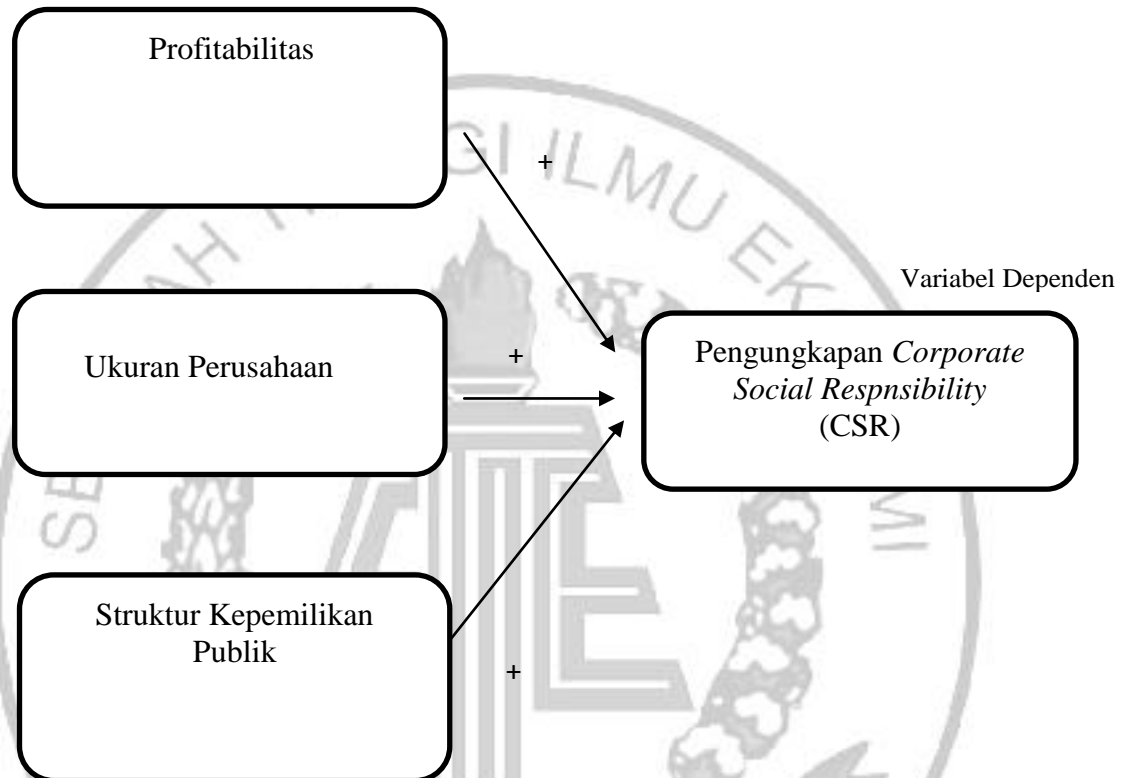
yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan akan semakin luas. Oleh karena itu ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Esti Rofiqkoh (2016), yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat disimpulkan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

2.2.15 Pengaruh Struktur Kepemilikan Publik Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Kepemilikan publik dalam merupakan porsi saham beredar (*outstanding share*) yang dimiliki masyarakat atau publik (Wirmie Eka Putra, dkk, 2011). Penelitian yang dilakukan oleh Wirmie Eka Putra, dkk (2011) menunjukkan pengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat kepemilikan publik, maka semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosial. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat disimpulkan kepemilikan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, hal ini dapat diartikan bahwa apabila saham yang dimiliki oleh masyarakat atau publik semakin banyak, maka pengungkapan CSR juga akan mengalami kenaikan. Begitu pula sebaliknya, jika saham yang dimiliki oleh masyarakat atau publik cenderung rendah, maka pengungkapan CSR akan mengalami penurunan.

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan teori yang telah di paparkan, dapat di susun kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran

2.4 **Hipotesis Penelitian**

Penelitian ini terdiri dari beberapa hipotesis penelitian sebagai acuan awal yang didasarkan pada teori dan penelitian terdahulu, antara lain sebagai berikut :

H1 : Ada pengaruh positif profitabilitas terhadap pengungkapan CSR

H2 : Ada pengaruh positif Ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR

H3 : Ada pengaruh positif Kepemilikan Publik terhadap pengungkapan CSR

