

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

Dalam penelitian ini mempelajari penelitian yang dilakukan sebelumnya untuk dijadikan landasan dan sebagai pendukung penelitian ini. Penelitian yang sebelumnya dilakukan dan dianggap relevan serta mampu mendukung penelitian ini, diantaranya adalah:

1. **Linda Pratiw dan Kun Ismawati (2017)**

Penelitian yang dilakukan oleh Linda Pratiwi dan Kun Ismawati yaitu tentang pengaruh tipe industry, ukuran perusahaan, *leverage* dan profitabilitas terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan dengan kebijakan hutang sebagai variabel moderasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tipe industry, ukuran perusahaan, *leverage* dan profitabilitas terhadap pengungkapan Tanggungjawab sosial perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012 – 2014.

Variabel yang digunakan dalam penilitan ini terdiri dari variabel dependent, variabel independent. Variabel dependent yaitu *Corporate Sosial Responsibility*. Sedangkan, variabel independent yaitu tipe industry, ukuran perusahaan, *leverage* dan profitabilitas. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif, analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tipe industri, ukuran perusahaan

dan profitabilitas berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*, sedangkan *leverage* tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Persamaan : penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah:

1. Penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu membahas tentang profitabilitas, ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap *Corporate sosial responsibility (CSR)*
2. Penelitian sekarang juga memiliki variabel dependent yang sama yaitu *Corporate sosial responsibility (CSR)*.

Perbedaan : penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah:

Penelitian terdahulu dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2012-2014 sedangkan pada penelitian sekarang dilakukan pada perusahaan sektor industry dasar dan kimia yang terdaftar di BEI tahun 2012-2017.

2. Antonio Dias, Lucia Lima Rudignas (2017)

Penelitian ini menggunakan teori pemangku kepentingan untuk mengeksplorasi bagaimana karakteristik tata kelola perusahaan (CG) mempengaruhi tanggung jawab social (*Corporate social responsibility*). Pengungkapan CSRD dalam konteks krisis keuangan global GFC data empiris diambil dari Portugal, sebuah negara yang terpengaruh oleh GFC. Perusahaan Portugis dicirikan oleh konsentrasi kepemilikan yang tinggi. Pemegang ukuran terbesar seringkali adalah CEO dan Ketua Dewan (sebuah fenomena yang dikenal sebagai dualitas CEO) menganalisis hubungan antara CSRD (diukur dengan 91 indikator berdasarkan GRI-G4 pengungkapan 40 item indeks) dan variable CG

(ukuran dewan, dualitas CEO, independensi dewan konsentrasi kepemilikan dan kehadiran komite audit atau komite CSR) dari 51 perusahaan yang terdaftar di Portugal.

Variable kontrol adalah ukuran perusahaan dan jenis industry. Hasil penelitian ini menemukan bahwa CSRD dipengaruhi secara positif oleh ukuran dewan komisaris independen, dualitas CEO, ukuran perusahaan, dan jenis industry. Ini sesuai dengan saran tersirat dalam teori pemangku kepentingan bahwa Dewan komisaris yang lebih besar akan mewakili keragaman pemangku kepentingan yang lebih luas dan akan mempromosikan pemantauan yang lebih baik lagi untuk manajemen serta pemangku kepentingan yang tegas, dan transparansi yang lebih besar serta luas dan peningkatan tingkat CSRD bagi perusahaan.

Persamaan : penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah :

Penelitian sekarang juga memiliki variabel dependent yang sama yaitu *Corporate sosial responsibility (CSR)*.

Perbedaan : penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang :

1. Sampel dalam penelitian terdahulu yaitu Negara Portugal, sedangkan sampel sampel yang digunakan dalam peneliti sekarang menggunakan perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI 2012-2017.
2. Variable independen yang digunakan dalam penelitian terdahulu yaitu pemangku kepentingan dan karakteristik tatakelola perusahaan, sedangkan pada penelitian sekarang yaitu hanya ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas, *leverage* dan ukuran dewan komisaris independen.

3. Meita Wahyu Rindawati dan Nur Fajrih Asyik (2015)

Penelitian yang dilakukan oleh Meita Wahyu Rindawati dan Nur Fajrih Asyik yaitu tentang pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, dan kepemilikan publik terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, dan kepemilikan publik terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility* pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011 – 2013.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel dependent, variabel independent. Variabel dependent yaitu *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan, variabel independent yaitu profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, dan kepemilikan publik. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif, analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tipe industri, ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR), sedangkan ukuran perusahaan, *laverage* dan kepemilikan publik tidak berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Persamaan : penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah:

1. Penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu membahas tentang profitabilitas, ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap *Corporate social responsibility* (CSR).

2. Penelitian sekarang juga memiliki variabel dependent yang sama yaitu *Corporate sosial responsibility (CSR)*.

Perbedaan : penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah:

Penelitian terdahulu dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2011-2013 sedangkan pada penelitian sekarang dilakukan pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI tahun 2012-2017.

4. **Nurul Qomariah. MM (2015)**

Penelitian yang dilakukan oleh Dr. Nurul Qomariah. MM yaitu tentang pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan Tanggungjawab sosial perusahaan dengan kebijakan hutang sebagai variabel moderasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan dengan kebijakan hutang sebagai variabel moderasi pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010 – 2013.

Variabel dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi 2 variabel bebas (independen) dan variabel terikat. Variabel bebas terdiri dari corporate social responsibility (X1), ukuran perusahaan (X2), dan profitabilitas (X3), dan variabel terikat tergantung adalah nilai perusahaan. Variabel yang digunakan untuk perhitungan tanggung jawab sosial CSRDI adalah: $CSRDI_j = \sum X_{ij}$. Untuk ukuran variabel perusahaan, indikatornya adalah dengan menggunakan ukuran jumlah karyawan, total aset, atau volume penjualan. Variabel profitabilitas dengan menggunakan indikator Return on equity (ROE) adalah alat yang bisa jadi karena

menggambarkan kemampuan profitabilitas perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan Tanggung jawab social.

Persamaan : penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah:

1. Penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu membahas tentang ukuran perusahaan dan tingkat keuntungan kepemilikan dan kebijakan dividen terhadap *Corporate sosial responsibility (CSR)*.
2. Penelitian sekarang juga memiliki variabel dependent yang sama yaitu *Corporate sosial responsibility (CSR)*.

Perbedaan : penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah:

Penelitian terdahulu dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2010-2013, sedangkan pada penelitian sekarang dilakukan pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI tahun 2012-2017.

5. Rafika Anggraini putri dan Yulius Jogi Christiawan (2014)

Penelitian yang dilakukan oleh Rafika Anggraini putri dan Yulius Jogi Christiawan yaitu tentang pengaruh profitabilitas, likuiditas dan *leverage* terhadap Tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, likuiditas dan *leverage* Tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan publik yang listing terdaftar di BEI tahun 2010-2012. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 19 perusahaan.

Variabel yang digunakan dalam penilitan ini terdiri dari variabel dependent, variabel independent. Variabel dependent yaitu *Corporate sosial*

responsibility. Sedangkan, variabel independent yaitu keputusan profitabilitas, likuiditas dan *leverage*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif, analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap *Corporate sosial responsibility*, sedangkan likuiditas berpengaruh terhadap *corporate sosial responsibility*.

Persamaan : penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah:

1. Penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu membahas tentang profitabilitas, likuiditas dan *leverage* terhadap *Corporate sosial responsibility* (CSR).
2. Penelitian sekarang juga memiliki variabel dependent yang sama yaitu *Corporate sosial responsibility* (CSR).

Perbedaan: penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah:

Penelitian terdahulu dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2010-2012 sedangkan pada penelitian sekarang dilakukan pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI tahun 2012-2017.

6. Thio Lie sha (2014)

Penelitian yang dilakukan oleh Thio Lie sha tentang pengaruh ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, profitabilitas dan *leverage* terhadap tanggung jawab perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, profitabilitas dan *leverage* terhadap tanggung jawab perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa

Efek Indonesia tahun 2009-2011. Populasi dalam penelitian ini yaitu semua perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2009-2011. Sampel diambil dengan menggunakan *purposive sampling* yang didasarkan pada kriteria tertentu.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel dependent, variabel independent. Variabel dependent yaitu *Corporate sosial responsibility*. Sedangkan, variabel independent yaitu ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, profitabilitas dan *leverage*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji f (anova), untuk uji simultan dari persamaan uji regresi berganda dan uji t untuk uji parsial masing masing variabel X terhadap variabel Y. disamping itu untuk melihat seberapa besar kontribusi masing variabel digunakan adjusted R square. Keseluruhan analisis ini menggunakan spss. Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan profitabilitas signifikan terhadap tanggungjawab sosial perusahaan, sedangkan ukuran dewan komisaris dan *leverage* tidak signifikan terhadap tanggung jawab sosial.

Persamaan : penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah:

1. Penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu membahas tentang ukuran perusahaan, profitabilitas, ukuran dewan komisaris dan *leverage* terhadap *Corporate sosial responsibility* (CSR).
2. Penelitian sekarang memiliki variabel independent yang sama yaitu. ukuran perusahaan, profitabilitas, ukuran dewan komisaris dan *leverage*.

3. Penelitian sekarang juga memiliki variabel dependent yang sama yaitu *Corporate sosial responsibility (CSR)*.

Perbedaan : penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah:

Penelitian terdahulu dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2009-2011, sedangkan pada penelitian sekarang dilakukan pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI tahun 2012-2017.

7. **Shuilidu, Valerie Swan, Adam Lindgreen and Sankar sen (2013)**

Penelitian ini menguji pengaruh moderat sejauh mana inisiatif sosial merek diintegrasikan ke dalam posisi kompetitifnya yaitu posisi *Corporate social responsibility* pada reaksi konsumen terhadap *Corporate social responsibility*.

Peneliti menemukan bahwa kepercayaan *Corporate social responsibility* positif dipegang oleh konsumen tidak hanya dengan kemungkinan pembelian yang lebih besar, namun juga dengan loyalitas jangka panjang dan perilaku advokasi lebih penting lagi dan peneliti menemukan tidak semua inisiatif *Corporate social responsibility (CSR)* diciptakan sama merek yang memposisikan dirinya apada *Corporate social responsibility (CSR)*.

Persamaan :peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang adalah :

Penelitian terdahulu dan sekarang menggunakan dependen *Corporate sosial responsibility (CSR)*.

Persamaan:peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang

Peneliti terdahulu menjelaskan tentang tingkat kepercayaan konsumen pada merek dan posisi kompetitif perusahaan sebagai variable independen,

sedangkan peneliti sekarang menggunakan variabel profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, *leverage* dan dewan komisaris independen.

8. Linda Santioso dan Erline chandra (2012)

Penelitian yang dilakukan oleh Linda Santioso dan Erline Chandra (2012) yaitu tentang pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, *Leveraged* dan Dewan komisaris terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, *Leverage* dan Dewan komisaris terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEItahun 2008-2010. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 45 perusahaan.

Variabel yang digunakan dalam penilitan ini terdiri dari variabel dependent, dan variabel independent, variabel kontrol. Variabel dependent yaitutanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate social responsibility*). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linier berganda analisis ini untuk mengetahui arah hubungan anatar variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel independen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage* dan dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (*Corporate social responsibility*).

Persamaan : penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah:

1. Penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu membahas tentang pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage* dan dewan komisaris terhadap tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate social responsibility*.

2. Penelitian sekarang juga memiliki variabel dependent yang sama yaitu tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate social responsibility* (CSR).
3. Penelitian sekarang dan penelitian terdahulu menggunakan metode pengukuran yang sama untuk variabel dependen yaitu *Corporate social responsibility* dan teknik *purposive sampling*.

Perbedaan : penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah:

1. Penelitian terdahulu dilakukan pada perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2008-2010. Sedangkan, penelitian sekarang dilakukan pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI tahun 2012-2017.
2. Penelitian terdahulu tidak menggunakan umur perusahaan sebagai variabel independent.

9. Philip L. Cochran & Robert A. Wood (2012)

Penelitian yang dilakukan oleh Philip L. Cochran dan Robertyaitu tentang pengaruh kinerja keuangan terhadap tanggungjawab sosial perusahaan dengan melibatkan struktur modal sebagai variabel moderasi. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kepemilikan kinerja keuangan. Dengan menggunakan sampel yang disempurnakan kelompok kontrol spesifik industri, dan statistik baru ke bidang penelitian.

Variabel yang digunakan dalam penilitan ini terdiri dari variabel dependent, variabel independent, variabel moderasi. Variabel dependent yaitu tanggung jawab sosial perusahaan Sedangkan, variabel independent yaitu kinerja

keuangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja keuangan berpengaruh signifikan terhadap *Corporate social responsibility* (CSR).

Persamaan : penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah:

1. Penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu membahas tentang kepemilikan manajerial terhadap kinerja keuangan.
2. Penelitian sekarang juga memiliki variabel dependent yang sama yaitu *Corporate social responsibility* (CSR).

Perbedaan: penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah:

Dengan menggunakan sampel yang disempurnakan kelompok kontrol spesifik industri, dan statistik baru ke bidang penelitian.

10. Won Yong Oh, Young Kyun Chang (2011)

Penelitian yang dilakukan oleh tentang Won Yong Oh, Young Kyun Chang yaitu tentang pengaruh struktur kepemilikan, terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate social responsibility*) sebagai variabel kontrol. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh struktur kepemilikan, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate social responsibility*) dengan ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan dan kinerja perusahaan sebagai variabel kontrol pada perusahaan di korean Stock Exchanges tahun 2005. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan *purposive sampling* yang didasarkan pada kriteria tertentu sehingga terpilih 118 perusahaan sebagai sampel.

Variabel yang digunakan dalam penilitan ini terdiri dari variabel dependent, variabel independent dan variabel kontrol. Variabel dependent yaitu

tanggungjawab perusahaan. Kemudian, variabel independent yaitu struktur kepemilikan. Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa struktur kepemilikan mempengaruhi pengungkapan terhadap tanggungjawab sosial perusahaan (*Corporate social responsibility*).

Persamaan: penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah:

1. Penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu membahas tentang struktur kepemilikan terhadap *Corporate social responsibility* (CSR).
2. Penelitian sekarang memiliki variabel independent yang sama yaitu struktur kepemilikan.
3. Penelitian sekarang juga memiliki variabel dependent yang sama yaitu *Corporate social responsibility* (CSR).

Perbedaan : penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah:

Penelitian terdahulu dilakukan pada perusahaan Korean Stock Exchanges 2005, sedangkan pada penelitian sekarang dilakukan pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI tahun 2012-2017.

2.2. Landasan Teori

Pada landasan teori ini dijelaskan beberapa teori yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti dan yang digunakan sebagai landasan penyusunan hipotesis serta analisisnya.

2.2.1. *Teory Legitimasi*

Teori legitimasi adalah teori yang paling banyak di gunakan untuk menjelaskan pelaporan dan pengungkapan informasi sosial dan lingkungan.

Menurut Ghozali dan Chariri (2007) kegiatan perusahaan dapat menimbulkan dampak sosial dan lingkungan merupakan alat manajerial yang di gunakan perusahaan untuk menghindari konflik sosial dan lingkungan, selain itu praktik wujud akuntabilitas perusahaan kepada publik untuk menjelaskan berbagai dampak sosial yang di lakukan oleh perusahaan untuk mempengaruhi lingkungan dalam masyarakat yang mempunyai dampak baik atau buruk.

Deegan dan Tobin (2002) legitimasi diperoleh manakah terdapat kesesuaian anantara keberadaan perusahaan tidak mengganggu atau sesuai dengan eksistensi nilai yang ada dalam masyarakat dan lingkungan tersebut. Perusahaan sepakat untuk menunjukkan berbagai aktivitas sosial perusahaan, agar perusahaan memperoleh penerimaan masyarakat. Penerimaan yang baik dari masyarakat dapat membantu perusahaan mencapai tujuannya, sehingga dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan.

Legitimasi dari masyarakat dapat menjadikan perusahaan semakin berkembang serta membuat perusahaan melakukan kegiatan batasan-batasan yang di tentukan oleh norma norma nilai-nilai sosial dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan dengan cara melakukan tanggung jawab sosial perusahaan.

Legitimasi dalam masyarakat merupakan salah satu faktor strategis bagi perusahaan dalam mengembangkan perusahaanya ke depan. Hal ini dapat dijadikan oleh perusahaan untuk mengatur strategi perusahaan terutama yang terkait dengan upaya memposisikan diri di tengah lingkungan dan masyarakat yang semakin maju. Legitimasi dapat dianggap sebagai menyamakan persepsi

atau asumsi bahwa tindakan yang diinginkan, pantas atau sesuai dengan norma, nilai kepercayaan dan definisi yang di kembangkan secara sosial.

Uraian di atas menjelaskan bahwa teori legistimasi adalah merupakan salah satu teori yang mendasari tentang pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR), dengan adanya pengungkapan CSR ini di lakukan dengan tujuan untuk mendapatkan nilai positif dan legistimasi dari masyarakat. Adanya pengungkapan CSR oleh perusahaan yang akan berdampak langsung pada perolehan legistimasi oleh masyarakat dan juga akan dapat meningkatkan nilai perusahaan terutama pada aspek sosialnya.

2.2.2. Teory Agency

Teori agensi mendeskripsikan adanya satu hubungan kontraktual antara pemegang saham (*stakeholder*) sebagai *principal* dan manajemen sebagai *agent*. Dalam hal ini agen memiliki hak atas adanya bertindak atas kepentingan prinsipal dan atas adanya tindakan tersebut maka akan mendapatkan imbalan tertentu dari pihak prinsipal Suwarjono (2013). Adapun dasar yang melandasi munculnya teori keagenan adalah dimana individu-individu bertindak untuk kepentingan diri mereka sendiri sehingga, terkadang mengabaikan kepentingan perusahaan. Teori agensi mengarah pada tujuan agensi, pemilik (*principal*) yang memberi mandat pada pekerja (*agent*). Berdasarkan penjelasan diatas menunjukkan bahwa kepentingan antara agen dan prinsipal dapat menyebabkan perbedaan pendapat dalam pengambilan keputusan. Konflik tersebut dapat menyebabkan timbulnya biaya keagenan yang dapat mempengaruhi kebijakan agen mengenai biaya biaya yang harus dikeluarkan.

Agency theory, manajemen perusahaan sebagai agen bagi pemegang saham akan bertindak untuk kepentingannya sendiri (*self-interest*) bukan sebagai pihak yang bertindak secara adil dan bijaksana terhadap pemegang saham. Pihak agen menguasai informasi secara penuh sedangkan prinsipal memiliki kuasa yang maksimal. Sehingga, kedua pihak ini memiliki kepentingan pribadi dalam pengambilan keputusan. Perbedaan kepentingan ini dapat menimbulkan konflik keagenan antara pihak prinsipal dan agen.

Pemilik ingin mengetahui semua informasi di perusahaan termasuk aktifitas manajemen dan sesuatu yang terkait investasi atau dananya dalam perusahaan. Hal ini dilakukan untuk meminta pertanggung jawaban atas kinerja manajemen. Untuk menghindari hal tersebut diperlukan akuntan publik yang mengevaluasi kinerja manajer. Paradigma akuntansi konvensional beranggapan bahwa pihak yang diutamakan dalam pengungkapan laporan keuangan adalah *stockholder* karena para pembeli saham perusahaan yang secara fisik tidak terlibat di dalam operasional perusahaan. Sedangkan di luar perusahaan seperti (konsumen, masyarakat, pemasok, analis keuangan, karyawan dan pemerintah) disebut *Stakeholder* karena *stakeholder* merupakan bagian penting dari sebuah organisasi yang memiliki peran secara aktif maupun pasif untuk mengembangkan tujuannya. *Stakeholder* menyadari adanya hal yang dapat menambah nilai gambaran perusahaan, salah satu dengan cara melakukan kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan aktivitas sosial atau *Corporate social responsibility (CSR)* kegiatan ini dapat menguntungkan agen (manajer) dan *stakeholder*.

2.2.3. *Teory Sinyal*

Teori sinyal adalah teori yang menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberitahukan laporan keuangan pada pihak eksternal Sari dan Zuhrotun (2006). Informasi merupakan unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis karena informasi pada hakekatnya menyajikan keterangan, catatan atau gambaran baik untuk keadaan masa lalu, saat ini maupun keadaan masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan dan bagaimana pasaran efeknya. *Signalling Theory* menjelaskan bahwa laporan keuangan yang baik merupakan sinyal atau tanda bahwa perusahaan juga telah beroperasi dengan baik. Manajer berkewajiban memberikan sinyal mengenai kondisi perusahaan kepada pemilik sebagai wujud dari tanggung jawab atas pengelolaan perusahaan. Teori sinyal menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak eksternal. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi adalah karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar karena perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang daripada pihak luar (khususnya investor dan kreditur).

Menurut Jogiyanto (2003: 392) informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Saat informasi diumumkan dan diterima pelaku pasar, pelaku pasar terlebih dahulu menginterpretasikan dan menganalisis informasi tersebut sebagai signal baik (*good news*) atau signal buruk (*bad news*). Pengumuman informasi akuntansi yang baik (*good news*) memberikan signal bahwa perusahaan

mempunyai prospek yang baik di masa mendatang, sehingga investor tertarik dan pasar akan bereaksi yang tercermin melalui perubahan dalam volume perdagangan saham. Dengan demikian hubungan antara publikasi informasi baik laporan keuangan, kondisi keuangan ataupun sosial politik terhadap fluktuasi volume perdagangan saham dapat dilihat dalam efisiensi pasar. Pelaksanaan analisis terhadap laporan keuangan diharapkan menjadi acuan bagi investor dalam mengambil keputusan yang berkaitan dengan investasinya, dengan kata lain informasi tersebut akan menyebabkan harga saham berfluktuasi. Teori sinyal dapat menjelaskan hubungan antara *corporate environmental disclosure* dengan manajemen laba.

Corporate environmental disclosure sebagai salah satu kegiatan CSR merupakan sinyal yang terkait dengan kualitas manajemen. Perusahaan yang memiliki kualitas yang tinggi cenderung menggunakan akuntansi sosial dan lingkungan perusahaan sebagai pengalihan dari pelaporan keuangan tradisional. Di sisi lain, perusahaan dengan kualitas yang rendah memilih konsisten dengan membatasi pengungkapan informasi akuntansi kepada pihak eksternal. Kualitas pelaporan keuangan merupakan sinyal untuk pelaku pasar keuangan dan *stakeholder* lainnya yang memperlihatkan bahwa manajemen mampu mengontrol risiko sosial dan lingkungan dalam perusahaan. Selain itu *Corporate environmental disclosure* juga merupakan sinyal kepada investor dan *stakeholder* lainnya di mana perusahaan secara aktif ikut serta dalam praktik-praktik CSR dan menunjukkan bahwa nilai pasar perusahaan dalam posisi yang baik. Kinerja sosial

perusahaan yang baik membantu perusahaan untuk mendapatkan keandalan reputasi dari pasar modal dan utang.

Teori sinyal mengemukakan bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan yang diungkap dalam *annual report* yang mampu disajikan oleh sinyal perusahaan ketika menarik minat investor untuk menanamkan dana pada perusahaan. Sinyal ini berupa pengungkapan *Corporate social responsibility* atau tanggung jawab perusahaan. Sehingga, apabila perusahaan sudah melakukan kegiatan CSR dengan baik pertanggung jawaban sudah di penuhi sehingga memberikan sinyal positif terhadap investor bahwa tata kelola perusahaan baik.

2.3 Pengungkapan Tanggung jawab Sosial (*Corporate social responsibility*).

Menurut Robiah dan Ira Adawiyah (2013) alasan perusahaan mengungkap informasi di antaranya untuk mentaati peraturan yang ada. Pemerintah melalui Undang-Undang Republik Indonesia N0.4 tahun 2007 tentang perseroan terbatas, mewajibkan perseroan yang bidang usaha di bidang bisnis terkait dengan bidang sumber daya alam untuk melaksanakan Tanggung jawab sosial (*Corporate sosial responsibility*) dan lingkungan. Peraturan lain yang menyusun *Corporate sosial responsibility* adalah Undang-Undang Republik Indonesia No.25 Tahun 2007 tentang penanaman modal dalam UUD tersebut di nyatakan bahwa setiap penanam modal berkewajiban melakukan tanggung jawab sosial (*corporate sosial responsibility*). Hal ini Riswari (2012) juga mengatakan bahwa tanggung jawab sosial *Corporate sosial responsibility* perusahaan bersifat

penting dengan demikian karena para *stakeholder* perlu untuk mengevaluasi sejauh mana perusahaan melaksanakan peranya sesuai dengan keinginan *stakeholder*, sehingga meenuntut adanya akuntabilitas atas kegiatan sosial tersebut.

Asusilo dan Pramudito (2011) pengungkap *Corporate sosial responsibility* merupakan suatu sinyal perusahaan untuk mengkonsumsikan kinerja perusahaan dalam jangka panjang, karena *corporate socialresponsibility* terkait dengan *acceptainable* dan *sustainability* yang artinya perusahaan di terima dan berkelanjutan untuk di jalankan di suatu tempat dalam waktu yang lama atau jangka panjang yang tidak melakukan kegiatan *corporate sosial responsibility*. Hadi (2011, p. 2006) pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan laporan aktivitas tanggung jawab sosial yang telah di lakukan oleh perusahaan berkaitan dengan tanggung jawab yang mengenai dampak sosial maupun lingkungan.

2.3.1 Pengaruh profitabilitas Dengan pengungkapan Tanggungjawab sosial Perusahaan.

Dibiyanto (2011) pengungkapan yang di gunakan oleh manajemen kepada para investor untuk digunakan dalam membantu mendukung usaha keberlanjutan dan kompensasi menejemen. Perusahaan tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang baik, dan dengan laba yang tinggi perusahaan cukup untuk memiliki informasi yang lebih bermanfaat dan lengkap serta dapat menyajikan pengungkapan yang komprehensif. Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi maka akan memperluas bahwa perusahaan yang memiliki

profitabilitas tinggi akan memperluas pengungkapan *corporate social responsibility*(CSR) dalam laporan tahunan perusahaan.

Anugrah dan Hutabarat (2010) profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen yang menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan Tanggung jawab sosial (*Corporate social responsibility*). Hal ini berarti semakin tinggi profitabilitas atau kemampuan memperoleh laba terhadap investor dalam perusahaan mampu menghasilkan laba, maka akan semakin luas informasi yang akan di ungkap terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (*Corporate social responsibility*) sehingga informasi yang akan membuat investor tertarik akan semakin banyak. Sedangkan, sebaliknya jika profitabilitas yang dihasilkan rendah dalam perusahaan untuk kemampuan memperoleh laba terhadap investor maka hal ini juga akan cenderung semakin sedikit informasi yang akan di ungkap perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab perusahaan (*corporate social responsibility*). Sehingga juga akan mengurangi ketertarikan investor untuk menanamkan modalnya. Dari penjelasan di atas terdapat kesamaan dari peneliti terdahulu oleh Linda Pratiwi dan Kun Isnawati (2017) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan Tanggung jawab sosial (*Corporate social responsibility*). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Meita Wahyu Rindawati dan Nur Fadjrih Asyrik (2015) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap indeks Tanggung jawab sosial (*Corporate social responsibility*).

H1: Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan Tanggung jawab sosial

2.3.2 Pengaruh likuiditas Dengan Pengungkapan Tanggungjawab sosial Perusahaan.

Menurut Fahmi. (2012. P. 53) rasio likuiditas di gunakan untuk menggunakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi jangka paendeknya. Secara spesifik likuiditas mencerminkan ketersediaan dana yang dimiliki perusahaan guna memenuhi semua hutang yang akan jatuh tempo. Semakin perusahaan dengan likuiditas tinggi akan memberikan sinyal kepada perusahaan yang lain, bahwa mereka lebih baik dari pada prusahaan lain dengan melakukan kegiatan yang berhubungan dengan lingkungan sosial.

Sinyal tersebut dilakukan dengan cara memberikan informmasi yang lebih luas tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan yang mereka lakukan (Kamil dan Antonius : 2012). Hal ini akan menyebabkan semakin informasi yang diberikan perusahaan semakin tinggi dan luas maka semakin berpengaruh likuiditas terhadap pengungkapan tanggung jawab social(*Corporate social responsibility*).

Sedangkan, Badjuri (2011) perusahaan dengan rasio likuiditas rendah perlu memberikan informasi yang lebih rinci untuk menjelaskan lemahnya kinerja perusahaan di banding perusahaan yang mempunyai likuiditas yang tinggi. Hal ini berarti bahwa semakin retinggi tingkat likuiditas, maka semakin tinggi pula informasi yang akan di ungkap perusahaan untuk tanggung jawab social (*Corporate social responsibility*).

Jika likuiditas suatu perusahaan semakin rendah, maka juga akan menyebabkan hasil yang semakin rendah untuk pengungkapan terhadap tanggung jawab social (*Corporate social responsibility*).

Dari penjelasan di atas terdapat kesamaan dari penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Kamil dan Herusetya (2012) yang menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (*Corporate social responsibility*).

H2 : Likuiditas berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan Tanggung jawab sosial

2.3.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan Dengan Pengungkapan Tanggungjawab social Perusahaan.

Purwanto (2011) ukuran perusahaan adalah besarnya lingkup suatu perusahaan atau luas suatu perusahaan dalam menjalankan operasinya. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan. Besar kecilnya usaha tersebut adapat di tinjau dari lapangan usaha yang di jalankan. Perusahaan besar merupakan emiten yang banyak di soroti masyarakat luas, perusahaan luas lebih di tuntut untuk mengungkapkan dan melakukan tanggung jawab sosial (*Corporate social responsibility*).

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat di simpulkan bahwa perusahaan besar akan lebih bsanyak mengungkapkan informasi selama kegiatan operasinya berlangsung termasuk mengungkapkan *Corporate social responsibility* dalam laporan tahunan perusahaan. Dalam hal ini berarti perusahaan besar maka cenderung akan melakukan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar

terhadap masyarakat. Hal ini juga akan membuat para pemegang saham memperhatikan program *Corporate social responsibility* yang di buat perusahaan dalam laporan keuangan tahunan dan informasi tanggung jawab social. Sebaliknya, jika perusahaan yang lebih kecil tidak lengkap memberikan informasi sebagaimana perusahaan besar. Sehingga, besar ukuran perusahaan maka cenderung akan lebih yang di ungkap terhadap pengungkapan tanggung jawab social (*Corporate social responsibility*). Dari penjelasan di atas terdapat kesamaan dari peneliti terdahulu yang di lakukan oleh Thio Lie Sha (2014) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (*Corporate social responsibility*). Hal ini sejalan dengan penelitian yang di lakukan oleh Linda Santioso dan Erlina Chandra (2012) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (*Corporate social responsibility*).

H3 : Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan
Tanggung jawab sosial

2.3.4 Pengaruh *Leverage* Dengan pengungkapan Tanggungjawab sosial Perusahaan.

Leverage yang tinggi dapat diartikan bahwa semakin banyak asset perusahaan yang di biayai oleh utang, dalam hal ini dapat dikatakan bahwa aksistensi perusahaan bergantung pada kepercayaan kreditur, membuat perusahaan akan dapat mengembangkan perusahaanya menjadi lebih baik sehingga, akan banyak investor yang akan berinvestasi. Nur dan Priantinah (2012) *leverage* berpengaruh signifikan terhadap *Corporate social responsibility*, karena

manajemen dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung mengurangi pengungkapan tanggung jawab social. Dalam hal ini yang di buatnya agar tidak menjadi sosrotan *debholders*, semakin tinggi tingkat *leverage* maka juga akan semakin besar pelanggaran perjanjian kreditnya, sehingga perusahaan akan berupaya untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi di banding di masa depan. Dengan manajemen melaporkan laba yang lebih tinggi maka laba di laporkan tinggi maka juga akan mengurangi biaya termasuk pengungkapan tanggung jawab sosial.

Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi mempunyai kewajiban yang luas untuk melakukan pengungkapan social daripada dengan rasio *leverage* yang rendah. Semakin luas pengungkapan maka juga akan semakin banyak info yang di dapat oleh investor. Hal ini di lakukan agar investor dapat memperoleh keyakinan atas terjaminya hak mereka sebaga kreditur Anugrah.dkk. (2010).

Hal ini berarti semakin tinggi *leverage* kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang dan akan lebih kecil untuk informasi perusahaan terhadap pengungkapan (*Corporate social responsibility*) dan jika semakin rendah *leverage* suatu perusahaan kemungkinan kecil perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang dan juga akan semakin besar untuk informasi perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawan social (*Corporate social responsibility*). Dari penjelasan di atas terdapat kesamaan dari peneliti terdahulu yang di lakukan oleh Thio Lie Sha (2014) bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan Tanggung jawab social (*Corporate social responsibility*).

H4: *Leverage* berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan Tanggungjawab sosial

2.3.5 Pengaruh Dewan Komisaris Dengan Pengungkapan Tanggungjawab sosial Perusahaan.

Agoes dan Ardana (2014 : 108) dewan komisaris merupakan sebagai organ perseroan yang bertugas melakukan pengawasan secara umum dan khusus sesuai dengan anggaran dasar serta memberi nasihat kepada direksi. Keberadaan kominsaris independen diharapkan dapat bersikap netral terhadap segala kebijakan yang dibuat oleh direksi. Keberadaan dewan komisaris independen tidak terpengaruh oleh maenjemen, oleh karena itu mereka cenderung mendorong perusahaan untuk mengungkapkan informasi yang lebih luas kepada para stakeholdernya. Dengan demikian, semakin besar proporsi dewan komisaris dalam perushan dapat mendorong pengungkapan informasi sosial dan lingkungan yang lebih luas.

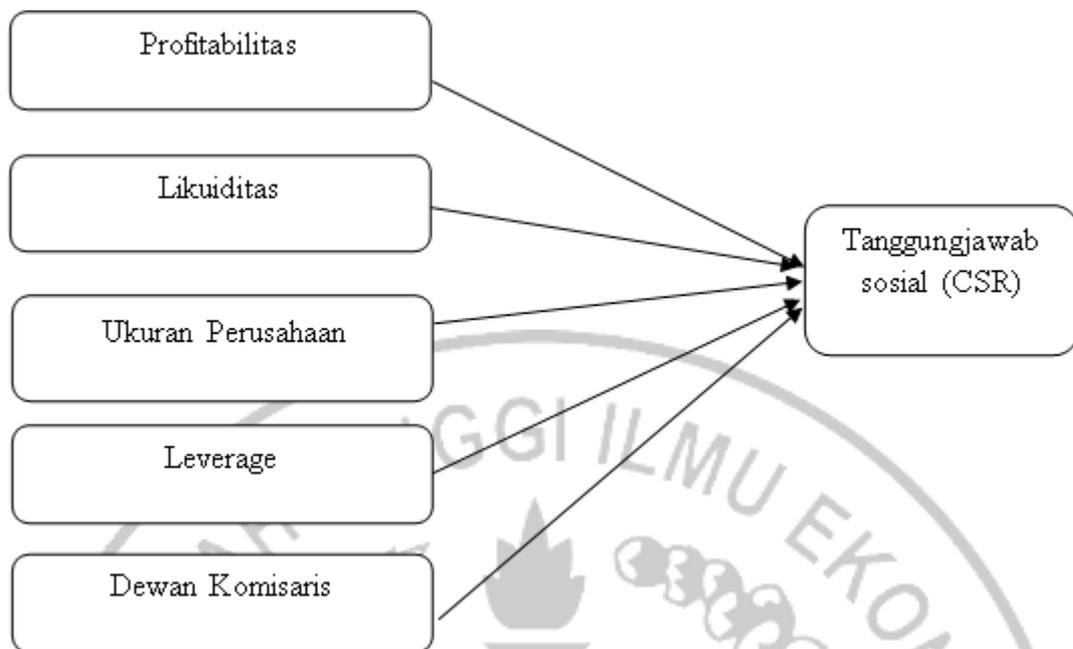
Sembiring (2005) ukuran dewan komisaris adalah jumlah seluruh anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut bearti dewan komisaris adalah bagian organ tepenting bagi suatu perusahaan untuk mengungkap adanya informasi terkait perusahaan internal maupun eksternal yan berkaitan dengan masyarakat dan lingkungan yang berhubungan dengan perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak ukuran dewan komisaris di suatu perusahaan maka kinerja dalam perusahaan akan semakin efektif. Hal ini dikarenakan banyaknya jumlah dewan komisaris di satu perusahaan maka cenderung akan semakin banyak informasi yang di dapat juga

akan berpengaruh terhadap informasi lingkungan dalam perusahaan. Ini akan menyebabkan semakin banyak informasi yang di ungkap maka akan semakin luas informasi yang di ungkap terhadap pengungkapan tanggung jawab social (*Corporate social responsibility*). Sebaliknya, jika semakin sedikit jumlah dewan komisaris suatu perusahaan, maka cenderung akan mendapatkan informasi yang lebih sedikit dan kurang efisien dalam perusahaan. Hal ini juga akan menyebabkan semakin sedikit pengungkapan terhadap tanggung jawab (*Corporate social responsibility*). Dari penjelasan di atas terdapat kesamaan dari peneliti terdahulu yang di lakukan oleh Linda Santioso dan Erlina Chandra bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan Tanggung jawab sosial (*Corporate social responsibility*).

H5: Ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan Tanggung jawab social.

2.4 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian teoritis dan beberapa uraian penelitian terdahulu, dalam penelitian ini Profitabilitas (X1), Likuiditas (X2), Ukuran perusahaan (X3), *Leverage* (X4), Ukuran Dewan komisaris (X5) sebagai variabel independen penelitian yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate social Responsibility* (Y) sebagai variabel dependen. Maka dapat dibangun kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 2.1

2.5 Hipotesis :

H1 : Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate social responsibility*)

H2 : Likuiditas berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate social responsibility*)

H3 : Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate social responsibility*)

H4 : Leverage berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate social responsibility*)

H5 : Ukuran Dewan komisaris independen berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate social responsibility*).