

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini tentu tidak lepas dari penelitian-penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh peneliti lain sehingga penelitian yang akan dilakukan memiliki keterkaitan yang sama beserta persamaan maupun perbedaan dalam objek yang akan diteliti. Berikut ini merupakan hasil penelitian yang memiliki keterkaitan yaitu antara lain:

1. *António, et al (2017)*

Penelitian ini menggunakan teori pemangku kepentingan untuk mengeksplorasi bagaimana karakteristik tata kelola perusahaan [CG] mempengaruhi tanggung jawab sosial perusahaan. pengungkapan [CSR] dalam konteks krisis keuangan global [GFC]. Data empiris diambil dari Portugal, sebuah negara yang sangat terpengaruh oleh GFC. Perusahaan Portugis dicirikan oleh konsentrasi kepemilikan yang tinggi. Pemegang saham terbesar seringkali adalah CEO dan Ketua Dewan (sebuah fenomena yang dikenal sebagai dualitas CEO). menganalisis hubungan antara CSR (diukur dengan pengungkapan 40 item indeks) dan variabel CG (ukuran dewan, dualitas CEO, independensi dewan, konsentrasi kepemilikan dan kehadiran komite audit atau Komite CSR) untuk 48 dari 51 perusahaan yang terdaftar di Portugal. Variabel kontrol adalah ukuran perusahaan dan jenis industri. Penelitian ini menemukan bahwa CSR dipengaruhi secara

positif oleh ukuran dewan, kualitas CEO, ukuran perusahaan dan jenis industri. Ini sesuai dengan saran tersirat dalam teori pemangku kepentingan bahwa dewan yang lebih besar akan mewakili keragaman pemangku kepentingan yang lebih luas dan akan mempromosikan pemantauan yang lebih baik lagi manajemen pemangku kepentingan yang tegas, transparansi yang lebih besar, dan peningkatan tingkat *CSR*. Perusahaan dan perusahaan yang lebih besar close-to-konsumen terkait dengan tingkat *CSR* yang tinggi, seolah-olah karena mereka lebih terlihat dan tunduk pada masyarakat yang lebih besar pemantauan selama periode krisis keuangan. Kami mengungkapkan bahwa di negara yang memiliki konsentrasi kepemilikan tinggi, dualitas CEO memiliki efek positif pada *CSR*.

Persamaan:

Persamaan pada penelitian terdahulu dibandingkan dengan penelitian ini adalah penggunaan variabel dependen yang sama yaitu pengungkapan *CSR*.

Perbedaan:

1. Sampel dalam penelitian terdahulu yaitu negara portugal yang sangat terpengaruh oleh krisis keuangan global sedangkan sample yang digunakan dalam penelitian ini yaitu perusahaan sektor industri makanan-minuman yang terdaftar pada BEI pada tahun 2013 hingga 2016.
2. Variabel independen yang digunakan pada penelitian terdahulu yaitu ukuran perusahaan, peran pemangku kepentingan dan karakteristik tatakelola perusahaan sedangkan pada penelitian saat ini yaitu hanya ukuran perusahaan, Profitabilitas, *leverage* dan ukuran dewan komisaris.

2. Siti, dkk (2016)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis dan menguji pengaruh *firm size*, umur, Profitabilitas, *leverage*, dan pertumbuhan perusahaan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sub sektor makanan-minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017. Dari 49 perusahaan yang terdaftar, hanya 30 perusahaan yang memenuhi kriteria sampel penelitian yang telah ditetapkan. Teknik analisis data dilakukan dengan uji asumsi klasik, pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan SPSS 17.0 for windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *firm size*, umur, Profitabilitas, *leverage*, pertumbuhan perusahaan secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap tanggung jawab sosial. Sedangkan pengujian koefisien determinasi menunjukkan bahwa *firm size*, umur, Profitabilitas, *leverage*, dan pertumbuhan mempunyai pengaruh 16,1% terhadap tanggung jawab sosial pada perusahaan property dan real estate yang terdaftar di BEI tahun 2010-2014.

Persamaan:

1. Menggunakan variabel dependen yang sama yaitu *CSR*.
2. Sama-sama menggunakan variabel bebas yaitu *Firm size*, Profitabilitas dan *leverage*.

Perbedaan:

1. Penelitian terdahulu hanya menggunakan sampel yang Populasi dalam

penelitian ini adalah perusahaan property dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2014 sedangkan penelitian saat ini menggunakan sampel dari sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2013 sampai dengan 2016

2. Pada peneliti terdahulu terdapat variabel independen yaitu, *Firm Age*, Profitabilitas, *Leverage*, *Dan Growth Perusahaan* sedangkan penelitian saat ini terdapat variabel independent yaitu Ukuran perusahaan, *leverage*, Profitabilitas, *dan* ukuran dewan komiaris.

3. **Muhammad Ebrahiem Nawaiseh (2015)**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sub sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Jordan tahun 2013. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS 15. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya variabel Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap *Corporate social responsibility Disclosure*.

Pesamaan:

1. Menggunakan variabel dependen yang sama yaitu *CSR*.
2. Menggunakan variabel bebas yang sama yaitu ukuran perusahaan Profitabilitas dan *leverage*.

Perbedaan:

1. Sampel perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI, sedangkan penelitian saat ini dibatasi pada sub sektor makanan-minuman
2. Penelitian ini tidak menggunakan variabel ukuran dewan komisaris.

4. Achmad Mukti (2015)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Profitabilitas, profil, ukuran perusahaan, *leverage* dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Terdapat 30 perusahaan yang memenuhi kriteria sampel penelitian yang telah ditetapkan. Teknik analisis data dilakukan dengan uji asumsi klasik, pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan SPSS 17.0 for windows. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Profitabilitas berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*; (2) profil berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*; (3) *size* berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*; (4) *leverage* berpengaruh negative terhadap *corporate social responsibility*, dan (5) ukuran dewan komisaris berpengaruh negative terhadap *corporate social responsibility*.

Pesamaan:

1. Menggunakan variabel dependen yang sama yaitu CSR dan penggunaan Profitabilitas
2. Menggunakan variabel bebas yaitu ukuran dewan komisaris

Perbedaan:

1. Penelitian terdahulu hanya menggunakan sampel yang Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan property dan real estate yang terdaftar di

Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2014 sedangkan penelitian saat ini menggunakan sampel dari industri makanan yang terdaftar di BEI tahun 2013 sampai dengan 2017

2. Pada peneliti terdahulu terdapat variabel independen yaitu karakteristik dan ukuran perusahaan sedangkan penelitian saat ini terdapat variabel independent yaitu Ukuran perusahaan, *leverage*, Profitabilitas, dan ukuran dewan komiaris.

5. Diah, dkk (2013)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh agresivitas pajak terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian dilakukan pada 89 perusahaan publik non keuangan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2011-2013 dengan menggunakan model analisis regresi OLS dan pengujian analisis sensitivitas. Hasil penelitian menunjukkan agresivitas pajak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan meskipun dampak tersebut baru terjadi pada observasi satu tahun ke depan ($t+1$). Hasil ini mengindikasikan bahwa dampak suatu kebijakan tidak dapat diukur langsung pada periode yang sama ketika kebijakan dibuat. Temuan lain penelitian ini mengungkapkan bahwa perusahaan yang melakukan agresivitas pajak cenderung untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih luas untuk mendapatkan dukungan positif dari masyarakat dan lingkungan untuk mempertahankan eksistensinya. Penelitian ini juga mengungkapkan hanya ukuran perusahaan yang berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial sedangkan *leverage*, intensitas modal, dan Profitabilitas tidak mempunyai

pengaruh. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan besar cenderung mendapat tekanan regulasi dan visibilitas dari masyarakat, sehingga cenderung mengungkapkan tanggung jawab sosial yang lebih luas.

Pesamaan:

Pesamaan pada penelitian terdahulu dibandingkan dengan penelitian ini adalah penggunaan variabel dependen yang sama yaitu pengungkapan *CSR*.

Perbedaan:

1. Penelitian terdahulu menggunakan sampel perusahaan publik non keuangan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2011-2013, sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu perusahaan sektor industri makanan-minuman pada tahun 2013 hingga 2016
2. Variabel independen yang digunakan pada penelitian terdahulu yaitu agresivitas pajak sedangkan pada penelitian saat ini yaitu hanya ukuran perusahaan, Profitabilitas, *leverage* dan ukuran dewan komisaris.

6. Rizkia Anggita Sari (2012)

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh karakteristik perusahaan sebagai variabel independen dengan menggunakan variabel tipe industri (*profile*), ukuran perusahaan (*size*), Profitabilitas, *leverage* dan pertumbuhan perusahaan (*growth*) terhadap *Corporate social responsibility Disclosure* sebagai variabel dependen. Sampel perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 48 sampel. Data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keuangan (*financial report*) perusahaan manufaktur yang telah dipublikasikan. Teknik analisis data

yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS 15. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya variabel *profile*, *size* dan Profitabilitas yang berpengaruh signifikan terhadap *Corporate social responsibility Disclosure*. Secara simultan variable *profile*, *size*, Profitabilitas, *leverage* dan *growth* berpengaruh terhadap *Corporate social responsibility*.

Persamaan:

1. Menggunakan variabel dependen yang sama yaitu *CSR*.
2. Menggunakan variabel bebas yang sama yaitu ukuran perusahaan Profitabilitas dan *leverage*.

Perbedaan:

1. Sample perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini terdapat 48 sampel dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI, sedangkan penelitian saat ini dibatasi pada sektor makanan-minuman
2. Pada penelitian terdahulu terdapat variabel independen yaitu tipe industri (*profile*) dan pertumbuhan perusahaan (*growth*). Sedangkan penelitian saat ini terdapat variabel independent yaitu ukuran dewan komisaris.

7. **Dahlia Sari (2012)**

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti manajemen laba sebagai motif pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan di Indonesia. Penelitian ini meneliti 85 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama tahun 2011 dan 2012. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi dengan panel data. Penelitian ini menemukan bahwa manajemen laba berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini juga

menemukan bahwa kompleksitas akuntansi memperlemah hubungan antara manajemen laba dan pengungkapan *CSR*. Penelitian ini tidak menemukan pengaruh komite audit terhadap hubungan antara manajemen laba dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini menunjukkan bahwa pada saat manajer melakukan manajemen laba, mereka cenderung untuk meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pengungkapan tanggung jawab sosial yang tinggi dapat mengurangi perhatian manajer atas usaha manajer untuk mengelola laba. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa ketika kompleksitas akuntansi bertambah, perusahaan cenderung untuk mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan karena stakeholder mengalami kesulitan untuk mendeteksi manajemen laba yang dilakukan oleh manajer.

Pesamaan:

Persamaan pada penelitian terdahulu dibandingkan dengan penelitian ini adalah penggunaan variabel dependen yang sama yaitu pengungkapan *CSR*.

Perbedaan:

1. Sampel dalam penelitian terdahulu yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2011 dan 2012 sedangkan sample yang digunakan dalam penelitian ini yaitu perusahaan sektor industri makanan-minuman pada tahun 2013 hingga 2017.
2. Variabel independen yang digunakan pada penelitian terdahulu yaitu keseluruhan dari manajemen laba sedangkan pada penelitian saat ini yaitu hanya ukuran perusahaan, Profitabilitas, *leverage* dan ukuran dewan komisaris.

8. Achmad Badjuri (2011)

Studi ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh faktor-faktor fundamental perusahaan (Likuiditas, Profitabilitas, *leverage*, kepemilikan publik dan ukuran perusahaan) dan mekanisme *corporate governance* (ukuran dewan komisaris, dewan komisaris independen, kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, dan komite audit) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (*CSR*) di Indonesia. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur dan Sumber Daya Alam (SDA) yang go publik di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2009 dan telah melaporkan aktifitas pengungkapan *CSR*. Terdapat 77 sampel berdasarkan metode *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan metode analisa regresi linear berganda dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara rasio *leverage*, likuiditas, kepemilikan publik, dewan komisaris, kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, komite audit terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (*CSR*). Sebaliknya, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dengan adanya dewan komisaris independen, rasio Profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (*CSR*).

Pesamaan:

1. Menggunakan variabel dependen yang sama yaitu pengungkapan *CSR*.
2. Menggunakan variabel bebas yang sama yaitu Profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan dan ukuran dewan komisaris.

Perbedaan:

1. Sampel dalam penelitian terdahulu yaitu perusahaan manufaktur dan sumber daya alam yang go public di BEI pada tahun 2009 sedangkan sample yang digunakan dalam penelitian ini yaitu perusahaan sektor industri makanan-minuman pada tahun 2013 hingga 2017.
2. Variabel independen yang digunakan pada penelitian terdahulu yaitu keseluruhan dari faktor-faktor fundamental dan mekanisme *corporate governance* sedangkan pada penelitian saat ini yaitu hanya ukuran perusahaan, Profitabilitas, *leverage* dan ukuran dewan komisaris.

Tabel 2.1
Matrix Hasil Penelitian Terdahulu

Variabel Dependen = CSR					
No	Peneliti (Tahun)	Variabel Independen			
		Ukuran Perusahaan	Profitabilitas	<i>Leverage</i>	Ukuran Dewan komisaris
1	António, <i>et al</i> (2017)	B			B
2	Siti Munsaidah, dkk (2016)	B	B	B	
3	Nawaiseh (2015)	B	B	B	
4	Achmad Mukti (2015)	B+	B+	B-	B-
5	Diah, dkk (Sasanti 2013)	B	TB	TB	
6	Rizkia Anggita Sari (2012)	B	B	TB	
7	Dahlia Sari dkk (2012)				B
8	Achmad Badjuri (2011)	B	B	TB	TB

2.2 Landasan Teori

Pada sub bab ini, teori disusun berdasarkan teori yang bersifat umum terlebih dahulu baru ke teori yang bersifat lebih khusus. Berikut adalah teori-teori yang berkaitan dengan penelitian saat ini:

2.2.1 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. Hobbes (dalam Idrus Ruslan, 2013:26) mengemukakan bahwa kontrak sosial terjalin antara sesama rakyat sendiri, dan raja tidak merupakan pihak dari kontrak tersebut, tetapi produk darinya. Pendapat hobbes inilah yang kemudian mendasari teori kontrak sosial dimana manusia mempunyai sifat dasar yang sama. Yakni, sama-sama memiliki keinginan atau kepentingan dan ketidaksukaan terhadap suatu hal. Dalam keadaan tertentu, kepentingan dan ketidaksukaan antar manusia ini saling berbenturan. Sehingga ada pihak yang mendominasi pihak lain. Kemudian terjadi usaha seseorang untuk berada diatas orang lain, yang akhirnya dimungkinkan terjadinya konflik kepentingan dan kondisi menjadi tidak aman. Maka, untuk menghasilkan situasi aman yang terjamin, mereka menyerahkan kepercayaan mereka kepada sebuah lembaga yang dapat menjamin keamanan, kestabilan, dan kesejahteraan mereka melalui sebuah kesepakatan.

Hubungan teori kontrak social dengan *csr* adalah Perusahaan sebagai suatu organisasi juga tidak dapat dipisahkan dalam struktur masyarakat itu sendiri, dimana perusahaan adalah kelompok orang yang memiliki kesamaan tujuan dan berusaha mencapai tujuan secara bersama dan 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 (Hadi, 2011).

2.2.2 Corporate social responsibility

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate social responsibility* (CSR) perusahaan kini mulai ramai diperbincangkan, namun belum terdapat kesamaan definisi dari berbagai kalangan. Menurut *The World Business Council on Sustainable Development* (WBCSD) menyatakan CSR adalah suatu komitmen dari perusahaan untuk melaksanakan etika berperilaku (*behavioural ethics*) dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan (*sustainable economic development*).

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap masyarakat secara keseluruhan (Sembiring, 2008). Hal tersebut memperluas tanggung jawab organisasi (khususnya perusahaan), di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham. Pengungkapan (*disclosure*) kaitannya dalam laporan keuangan, mengandung arti bahwa laporan keuangan harus memberikan informasi dan penjelasan yang cukup mengenai hasil aktivitas suatu unit usaha. Tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang semakin bagus semakin memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya. Masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktivitas sosialnya sehingga hak masyarakat untuk hidup aman dan

tentram, kesejahteraan karyawan, dan keamanan mengkonsumsi makanan dapat terpenuhi.

Pengungkapan atau *disclosure* menurut Hendriksen (2002) didefinisikan sebagai penyediaan atau penyampaian informasi keuangan tentang suatu perusahaan di dalam laporan keuangan, biasanya berupa laporan tahunan. Sedangkan mengenai informasi apakah yang harus diungkapkan dalam suatu laporan keuangan, tercantum dalam SFAC No.1 (Chariri dan Ghozali, 2007) pelaporan keuangan mencakup tidak hanya laporan keuangan, tetapi juga media pelaporan informasi lainnya yang terkait langsung maupun tidak langsung dengan informasi yang disediakan oleh akuntansi, yaitu mengenai sumber sumber ekonomi, hutang, laba periodik, dan sebagainya.

a. Perkembangan *Corporate social responsibility*

Dunia usaha saat ini berkembang sangat pesat, dan semakin terasa pengaruhnya terhadap roda perekonomian masyarakat. Merekalah yang belakangan paling diharapkan peranannya terutama karena mereka dianggap paling mampu menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan taraf hidup banyak orang serta mendorong kehidupan yang lebih baik bagi masyarakat luas (Wibisono 2007:95). Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat diikuti dengan berbagai peraturan yang harus ditaati oleh perusahaan salah satunya adalah *CSR* (Tanggung jawab sosial) yang harus diungkapkan oleh perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya selama satu periode. Perkembangan *CSR* untuk konteks indonesia (terutama yang berkaitan dengan pelaksanaan *CSR* untuk kategori *discretionary responsibilities*) dapat dilihat dari dua perspektif yang berbeda. Pertama, pelaksanaan *CSR* memang merupakan praktik bisnis secara

sukarela (*discretionary business practice*) artinya pelaksanaan *CSR* lebih banyak berasal dari inisiatif perusahaan dan bukan merupakan aktivitas yang dituntut untuk dilakukan perusahaan oleh peraturan perundang-undangan yang berlaku di negara Republik Indonesia. Kedua, pelaksanaan *CSR* bukan lagi merupakan *discretionary business practice*, melainkan pelaksanaannya sudah di atur oleh undang-undang atau bersifat *mandatory* (Solihin 2008:161).

Undang-undang perseroan terbatas yang ditetapkan oleh pemerintah memberikan gambaran bahwa adanya dukungan pemerintah dalam penerapan *CSR*. Undang-undang Perseroan Terbatas No.40 tahun 2007 pasal 74: 1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. 2. Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. 3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. 4. Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Dengan demikian tanggung jawab sosial dan lingkungan bertujuan mewujudkan pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi perseroan itu sendiri, komunitas setempat, dan masyarakat pada umumnya. Hal ini dalam rangka mendukung

terjalinnnya hubungan perseroan yang serasi, seimbang dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat.

b. Pengukuran *Corporate social responsibility*

Untuk mengukur tingkat pengungkapan *CSR*, penelitian ini menggunakan *Content Analyze* berdasarkan instrumen *Global Reporting Initiative (GRI)* versi *GRI 4*. dengan indikator sebanyak 91 item dari enam kategori yaitu Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, Hak Asasi Manusia, Sosial, dan Produk (terlampir) dimana setiap pengungkapan akan diberi angka 1 dan 0 jika tidak mengungkapkan. Berikut pengukuran terhadap pengungkapan *CSR*:

$$CSRDI = \frac{\sum X_{ij}}{n}$$

Keterangan: CSDI = *CSR Disclosure Index*

X_{ij} = Jumlah *disclosure* perusahaan

n = Jumlah item checklist disclosure

2.2.3 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan (size) merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan juga mempengaruhi pengungkapan informasi bagi laporan keuangan tahunan mereka. Perusahaan yang mempunyai skala besar biasanya cenderung lebih banyak mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan daripada perusahaan yang mempunyai skala kecil. Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial. Pengungkapan sosial yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis bagi perusahaan (Hasibuan, 2008). Sebaliknya, perusahaan dengan sumber daya yang

relatif kecil mungkin tidak memiliki informasi siap saji sebagaimana perusahaan besar, sehingga perlu ada tambahan biaya yang relatif besar untuk dapat melakukan pengungkapan selengkap yang dilakukan perusahaan besar. Perusahaan kecil umumnya berada pada situasi persaingan yang ketat dengan perusahaan yang lain.

Menurut Riyanto (2008:313) besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai equity, nilai penjualan atau nilai aktiva. Selanjutnya ukuran perusahaan menurut Scott (2012:93) ukuran organisasi adalah suatu variabel konteks yang mengukur tuntutan pelayanan atau produk organisasi. Ukuran organisasi adalah seperangkat kebijaksanaan yang ditetapkan dengan baik yang harus dilaksanakan oleh perusahaan yang bersaing secara global. Sementara itu Longenecker (2001:16) mengemukakan bahwa terdapat banyak cara untuk mendefinisikan skala perusahaan, yaitu dengan menggunakan berbagai kriteria, seperti jumlah karyawan, volume penjualan, dan nilai aktiva.

Untuk melakukan pengukuran terhadap ukuran perusahaan Prasetyantoko (2008:257) mengemukakan bahwa, aset total dapat menggambarkan ukuran perusahaan, semakin besar aset biasanya perusahaan tersebut semakin besar. ukuran aktiva digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan, ukuran aktiva tersebut diukur sebagai logaritma dari total aktiva. Sementara itu, untuk menghitung nilai total asset Asnawi (2005:274) mengemukakan bahwa, nilai total asset biasanya bernilai sangat besar dibandingkan dengan variabel keuangan lainnya, untuk itu variabel asset diperhalus menjadi log asset atau \ln asset.

Penelitian yang dilakukan oleh Anggraeni (2006), Jaggi and Low (2000), Hossain and Reaz (2007) variabel ukuran perusahaan menunjukkan hubungan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Tidak semua penelitian berhasil menunjukkan hubungan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. penelitian yang dilakukan Brammer and Pavelin, 2004; Siregar dan Bachtiar (2010), tidak menemukan hubungan yang signifikan antara ukuran dan pengungkapan CSR.

a. Klasifikasi Ukuran Perusahaan

UU No. 20 Tahun 2008 mengklasifikasikan ukuran perusahaan ke dalam 4 kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar. Pengklasifikasian ukuran perusahaan tersebut didasarkan pada total asset yang dimiliki dan total penjualan tahunan perusahaan tersebut.

UU No. 20 Tahun 2008 pasal 1 tersebut mendefinisikan usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar sebagai berikut: “Dalam undang-undang ini yang dimaksud dengan:

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorang dan badan usaha perorang yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorang atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha

menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.

3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorang atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
4. Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.”

b. Metode Pengukuran Ukuran Perusahaan

Perusahaan dapat diklasifikasikan sebagai perusahaan besar atau kecil didasari oleh indikator yang mempengaruhinya. Adapun indikator dalam ukuran perusahaan menurut Edy Suwito dan Arleen Herawaty (2005): “adalah total aktiva, nilai pasar saham, total pendapatan dan lain-lain.” Sedangkan menurut Ardi Mardoko Sudarmaji (2007): indikator dari ukuran perusahaan adalah sebagai berikut: “Total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasar. Semakin besar total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ukuran perusahaan itu. Ketika variabel ini digunakan untuk menentukan ukuran

perusahaan karena dapat mewakili seberapa besar perusahaan tersebut. Semakin besar aktiva, semakin banyak modal yang ditanam, semakin banyak penjualan maka semakin banyak perputaran uang, dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ia dikenal dalam masyarakat". Dari beberapa indikator yang mempengaruhi pengklasifikasian dalam ukuran perusahaan, maka indikator dalam penelitian ini dibatasi agar lebih berfokus dan hasil yang dicapai sesuai dengan asumsi yang diharapkan.

Menurut Werner R. Murhadi (2013) Firm Size diukur dengan mentransformasikan total aset yang dimiliki perusahaan ke dalam bentuk logaritma natural. Ukuran perusahaan diproksikan dengan menggunakan *Log Natural Total Aset* dengan tujuan agar mengurangi fluktuasi data yang berlebih. Dengan menggunakan log natural, jumlah aset dengan nilai ratusan miliar bahkan triliun akan disederhanakan, tanpa mengubah proporsi dari jumlah aset yang sesungguhnya.

Menurut Jogiyanto (2007:282) menyatakan ukuran aktiva digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan, ukuran aktiva tersebut diukur sebagai logaritma dari total aktiva. Nilai total aset biasanya bernilai sangat besar dibandingkan dengan variable keuangan lainnya, untuk itu variable aset diperhalus menjadi Log Asset atau Ln Total Asset.

Hal ini disebabkan karena perusahaan memiliki kebutuhan dana yang besar, dan salah satu alternative pemenuhan dana yang tersedia adalah dengan pendanaan eksternal. Pendanaan eksternal dapat diperoleh dengan penerbitan saham, obligasi, maupun hutang. Sehingga, dalam rangka pemenuhan pendanaan

eksternal tersebut perusahaan akan lebih meningkatkan kinerja dalam menjalankan perusahaan (Ayu Sri Mahatma Dewi dan Ary Wijaya, 2013).

Maka di dalam penelitian ini, pengukuran terhadap ukuran perusahaan dalam penelitian ini mengacu pada pendapat Jogiyanto (2007:282) :

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \ln (\text{Total Asset})$$

2.2.4 Profitabilitas

Profitabilitas adalah salah satu rasio keuangan yang dapat memberikan gambaran mengenai kemampuan yang dimiliki perusahaan untuk menghasilkan laba pada tingkat penjualan, aset dan modal (Harahap, 2013:304). Dali,dkk, (2015) dalam Dewi & Yasa (2016) menyebutkan semakin baik rasio Profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan. Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada.

Rasio Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Tujuan akhir yang ingin dicapai suatu perusahaan yang terpenting adalah memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal, di samping hal-hal lainnya (Kasmir, 2014:196).

Penggunaan rasio Profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang ada di laporan keuangan, terutama laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi. Pengukuran dapat dilakukan untuk

beberapa periode operasi. Tujuannya adalah agar terlihat perkembangan perusahaan dalam rentang waktu tertentu, baik penurunan atau kenaikan, sekaligus mencari penyebab perusahaan tertentu. Terdapat tiga rasio yang dapat digunakan untuk mengukur Profitabilitas, yaitu: *profit margin*, *return on total asset* (ROA), dan *return on equity* (ROE). Pada penelitian ini yang dipakai adalah rasio ROA, dimana laba bersih yang diperoleh perusahaan dibandingkan dengan total aset yang dimiliki. Apabila semakin tinggi nilai Profitabilitas maka perusahaan bisa dikatakan baik, dengan ini menunjukkan sinyal positif bagi investor dan pemegang saham dalam berinvestasi pada perusahaan tersebut.

a. Tujuan Penggunaan Profitabilitas

Profitabilitas juga mempunyai arti penting dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidupnya dalam jangka panjang, karena profitabilitas menunjukkan apakah badan usaha tersebut mempunyai prospek yang baik di masa yang akan datang. Dengan demikian setiap badan usaha akan selalu berusaha meningkatkan profitabilitasnya, karena semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu badan usaha maka kelangsungan hidup badan usaha tersebut akan lebih terjamin.

Menurut Kasmir (2014:197) tujuan penggunaan profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan adalah :

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.

4. Untuk mengukur produktifitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan, baik modal pinaman maupun modal sendiri.
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan.

b. Metode Pengukuran Profitabilitas

Rasio Profitabilitas dapat diukur dengan menggunakan beberapa cara. Menurut I Made Sudana (2011:22), berikut adalah cara untuk mengukur rasio profitabilitas perusahaan. “Cara untuk mengukur profitabilitas perusahaan adalah menggunakan *Return On Assets (ROA)*: *ROA* menunjukkan kemampuan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba setelah pajak. Rasio ini penting bagi pihak manajemen untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi manajemen perusahaan dalam mengelola seluruh aktiva perusahaan. Semakin besar *ROA*, berarti semakin efisien penggunaan aktiva perusahaan atau dengan kata lain dengan jumlah aktiva yang sama bisa dihasilkan laba yang lebih besar, dan sebaliknya. *ROA* dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Pendapatan Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

2.2.5 Leverage

Rasio *leverage* adalah rasio yang menggambarkan hubungan antara hutang perusahaan dengan modal perusahaan (Harahap, 2013:306). *Leverage* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar aktiva yang berasal dari utang atau modal. *Leverage* dapat melihat seberapa banyak suatu perusahaan dibiayai oleh pihak luar dengan hutang dan dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan melalui modal yang dimiliki (Sofyan, 2010:306). *leverage* dapat dijelaskan melalui posisi perusahaan dan kewajibannya yang bersifat tetap kepada pihak lain serta keseimbangan nilai aktiva tetap dengan modal yang ada. Jika *leverage* cukup tinggi, maka hal tersebut menunjukkan tingginya penggunaan utang, sehingga hal tersebut dapat membuat perusahaan mengalami kesulitan. Rasio utang atau *leverage* menunjukkan seberapa banyak hutang yang digunakan untuk membiayai aset-aset perusahaan, keuangan dan memiliki risiko kebangkrutanyang cukup besar.

Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang rendah cenderung disukai para investor karena, investor memiliki kepercayaan bahwa perusahaan akan mampu melunasi seluruh kewajibannya ketika utang tersebut telah jatuh tempo. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Raharja dan Sari (2008) dalam Septyawanti (2013) menyebutkan bahwa *leverage* memiliki kemampuan untuk membedakan peringkat obligasi yang berada pada kategori yang berbeda.

Rasio *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aset perusahaan dibiayai dengan hutang (Kasmir, 2014:151). Artinya berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan aktivitya. Dalam

arti luas dikatakan bahwa rasio *leverage* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjangnya. *Leverage* dapat diukur menggunakan *debt equity ratio* yaitu menggunakan hutang dengan modal perusahaan. Semakin besar nilai *leverage* menunjukkan hutang perusahaan besar maka hal ini resiko kegagalan perusahaan besar. Apabila semakin rendah nilai *leverage* menunjukkan hutang perusahaan juga rendah maka mengurangi resiko gagal bayar, dengan ini menunjukkan sinyal positif bagi investor dan pemegang saham dalam berinvestasi.

a. Tujuan Penggunaan *Leverage*

Penggunaan *leverage* adalah strategi perusahaan untuk meningkatkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Menurut Sudana (2011; 149) Pada kondisi normal, semua peningkatan penggunaan utang akan meningkatkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bagi pemegang saham, karena suku bunga masih relatif rendah dibandingkan dengan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Namun demikian jika perusahaan terus menambah utang akan berakibat meningkatnya suku bunga, karena risiko yang dihadapi kreditor juga naik. Sementara itu peningkatan penjualan pada kondisi ekonomi normal relatif lebih kecil dibandingkan dengan kondisi ekonomi baik, sehingga kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bagi pemegang saham juga relatif lebih kecil jika dibandingkan pada kondisi ekonomi baik. Ketika utang yang digunakan perusahaan melampaui jumlah tertentu, kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba lebih kecil jika dibandingkan dengan suku bunga yang dibayar oleh perusahaan. Sedangkan Pada kondisi ekonomi yang buruk penggunaan utang yang semakin besar akan menurunkan ROE. Pada kondisi ini

pada umumnya suku bunga pinjaman sangat tinggi, sementara penjualan dan laba perusahaan menurun. Hal ini mengakibatkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan utang lebih kecil dari pada tingkat bunga yang harus dibayar oleh perusahaan.

b. Metode Pengukuran *Leverage*

Menurut Kasmir (2014:156) rasio *leverage* yang bisa digunakan oleh perusahaan yakni sebagai berikut:

1. Debt to Asset Ratio (*DAR*) merupakan rasio utang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total aktiva. Dengan kata lain, seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva.

$$DAR = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aktiva}}$$

2. *Debt to Equity Ratio (DER)* merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh utang, termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan. Dengan kata lain, rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang.

$$DER = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

2.2.6 Ukuran Dewan Komisaris

Proporsi dewan komisaris merupakan bagian perusahaan yang mempunyai peran penting dalam melaksanakan *GCG* secara efektif dan merupakan pihak yang mempunyai peranan penting dalam menyediakan laporan keuangan yang *reliable* (KNKG, 2006). Keberadaan komisaris independen diperlukan dalam perusahaan untuk menengahi atau mengurangi dampak yang ditimbulkan akibat benturan berbagai kepentingan yang mengabaikan kepentingan pemegang saham publik (pemegang saham minoritas) serta stakeholder lainnya, terutama pada perusahaan di Indonesia yang menggunakan dana masyarakat di dalam pembiayaan usahanya (KNKG, 2006)

Ukuran dewan komisaris merupakan jumlah anggota dewan komisaris perusahaan (Beiner *et al.*, 2007). Dewan komisaris adalah mekanisme pengendalian intern tertinggi yang bertanggung jawab untuk mengelola perusahaan secara efektif. Menurut Sitepu dan Siregar (2008) dalam penelitiannya menyatakan bahwa ukuran dewan komisaris memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan informasisosial perusahaan. Semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan *CEO* dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya.

a. Pengukuran Dewan Komisaris

Ukuran Dewan Komisaris diukur dengan jumlah anggota dewan komisaris, Dewan Komisaris adalah salah satu mekanisme yang banyak dipakai untuk memonitor manajer (Pangestu dan Munggaran,2014). Menurut Setyarini (2011) ukuran dewan komisaris dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Ukuran Dewan Komisaris} = \text{Jumlah anggota dewan komisaris}$$

Rumus di atas berfungsi untuk mengetahui jumlah anggota dewan komisaris yang ada di perusahaan. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No.33/POJK.04/2014 yang menjelaskan jumlah anggota Dewan Komisaris paling kurang 2 (dua) orang dan paling banyak sama dengan jumlah anggota Direksi. Menurut Coller dan Gregory (1999) Semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan memonitoring yang dilakukan semakin efektif.

2.2.7 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)*

Ukuran perusahaan (*size*) merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Perusahaan yang skalanya besar biasanya cenderung lebih banyak mengungkapkan tanggung jawab sosial daripada perusahaan yang mempunyai skala kecil. secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan, dan perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan

sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan semakin luas. Penelitian yang dilakukan Rizkia Anggita Sari (2012) menemukan pengaruh positif ukuran perusahaan (*size*) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Penelitian ini menggunakan total aset untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan (*size*) terhadap *Corporate social responsibility*.

Semakin besar ukuran perusahaan akan membuat skala dampak menjadi lebih luas daripada perusahaan yang memiliki ukuran lebih kecil. Besaran dampak ini mengharuskan perusahaan untuk semakin aktif dalam penanggulangan atau mitigasi atas kerusakan yang mungkin muncul melalui analisis dampak lingkungan yang diaudit oleh pemerintah dalam hal ini Kementerian Lingkungan Hidup agar hubungan perusahaan dengan lingkungan sekitar selaras dan harmonis. sebagaimana dinyatakan oleh Rousseau (2007) Maka, untuk menghasilkan situasi aman yang terjamin, mereka menyerahkan kepercayaan mereka kepada sebuah lembaga yang dapat menjamin keamanan, kestabilan, dan kesejahteraan mereka melalui sebuah kesepakatan.

2.2.8 Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR)

Profitabilitas merupakan hasil akhir bersih dari berbagai kebijakan dan keputusan, dimana rasio ini digunakan sebagai alat pengukur atas kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dari setiap rupiah penjualan yang dihasilkan. Profitabilitas adalah tingkat keberhasilan atau kegagalan perusahaan selama jangka waktu tertentu (Atmini, 2005). Perusahaan yang memiliki Profitabilitas tinggi berarti memiliki laba yang besar. Ini berarti perusahaan

tersebut semakin besar kemungkinan untuk menjalankan kegiatan *Corporate social responsibility (CSR)*. Penelitian yang dilakukan Siti Munsaidah, Rita Andini, Agus Supriyanto (2016) semakin besar Profitabilitas suatu perusahaan semakin besar pula tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan tersebut Dengan demikian rasio Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *CSR*.

Dengan profitabilitas yang baik, suatu perusahaan akan memiliki kemampuan yang cukup untuk melakukan mitigasi atas setiap kemungkinan dampak yang terjadi. Dan jika dengan kemampuan tersebut perusahaan masih tidak melakukan perbaikan atas dampak yang timbul, maka tugas negara untuk memaksanya seperti yang dinyatakan oleh Hobbes (1972) Beberapa orang atau lembaga itulah yang memegang kedaulatan penuh. Tugasnya adalah menciptakan dan menjaga keselamatan rakyat.

2.2.9 Pengaruh *Financial Leverage* terhadap Pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)*

Financial leverage menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Analisis terhadap rasio ini diperlukan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar hutang (jangka pendek dan jangka panjang) apabila pada suatu saat perusahaan dilikuidasi atau dibubarkan (Sigit,2008). Indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat *Financial Leverage* perusahaan dalam penelitian ini adalah total hutang dibagi total modal (*Debt toEquityRatio*). Suatu perusahaan yang memiliki *leverage* keuangan yang tinggi berarti memiliki banyak utang pada

pihak luar. *Leverage* yang tinggi ini akan mengurangi kemampuan perusahaan dalam mengeluarkan *CSR* dan membuat konflik kepentingan dengan masyarakat akan semakin meninggi mengingat masyarakat akan terus menuntut hak mereka atas lingkungan sedangkan perusahaan tidak memiliki kecukupan dana untuk itu.

Menurut penelitian Achmad Mukti (2015) *leverage* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility*. Tidak berpengaruh signifikan karena semakin tinggi *leverage* kemampuan perusahaan melunasi hutangnya rendah maka dari itu pengungkapan *CSR* menurun.

2.2.10 Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan *Corporate social responsibility (CSR)*

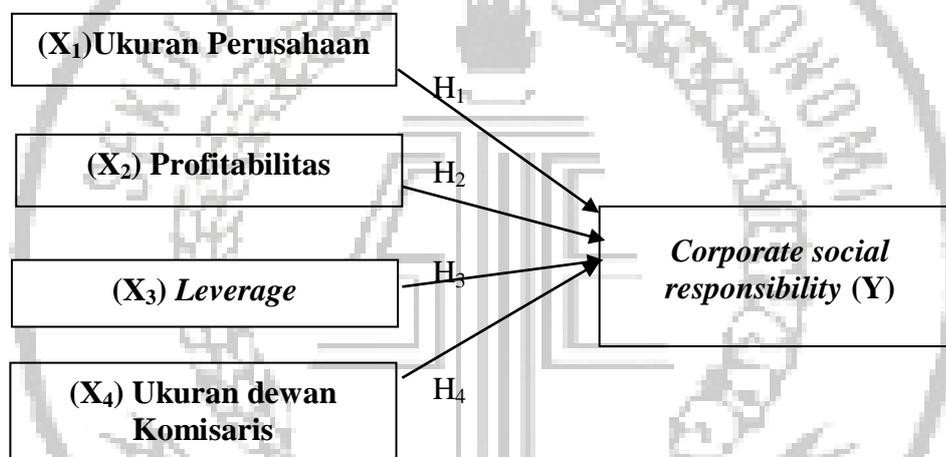
Ketentuan Bapepam dan Peraturan Bursa Efek Indonesia No. 1-A tanggal 14 Juli tahun 2004 yang memberikan pengaruh terhadap pengendalian dan pengawasan terhadap manajemen dalam operasi perusahaannya, diantaranya adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian, tujuan perusahaan untuk mendapatkan legitimasi dari *stakeholders* dengan mengungkapkan tanggung jawab sosial akan dapat diperoleh karena keberadaan dewan komisaris independen akan memberikan pengendalian dan pengawasan.

Ukuran dewan komisari yang besar diharapkan mampu mengeluarkan kebijakan arahan pada direksi lebih kompleks dan baik dengan asumsi semakin banyak pemnikiran dan pengetahuan didalam pengambil keputusan. Sehingga kemungkinan munculnya konflik antar perusahaan dengan masyarakat menjadi rendah. Menurut penelitian Achmad Badjuri (2011) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dengan adanya dewan komisaris independen, rasio

Profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu yang telah diuraikan, maka disusunlah kerangka pemikiran teoritis dengan menghubungkan antara variabel independen dengan variabel dependen sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kerangka pemikiran, maka ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan ukuran dewan komisaris memiliki hubungan terhadap Pengungkapan *Corporate social responsibility* pada perusahaan makanan-minuman yang tercatat di BEI.

2.4 Hipotesis Penelitian

Dari tinjauan pustaka yang telah dijabarkan sebelumnya, maka didapatkan

beberapa hipotesis yang diangkat di penelitian ini antara lain:

H₁ : Ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab social perusahaan dalam laporan tahunan.

H₂ : Profitabilitas memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab social perusahaan dalam laporan tahunan.

H₃: *Leverage* memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab social perusahaan dalam laporan tahunan.

H₄ : Ukuran dewan komisaris memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab social perusahaan dalam laporan tahunan.

