

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini tentu tidak lepas dari penelitian terdahulu mengenai pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sehingga penelitian yang akan dilakukan memiliki keterkaitan yang sama beserta persamaan maupun perbedaan dalam objek yang akan diteliti. Berikut beberapa penelitian terdahulu :

1. **Siti Munsaidah, Rita Andini, dan Agus Supriyanto (2016)**

Tujuan dari penelitian ini adalah 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). Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel dependen dan *firm size*, umur, profitabilitas, *leverage*, dan pertumbuhan perusahaan sebagai variabel independen. Sampel yang digunakan adalah 30 perusahaan yang terdaftar dan telah memenuhi kriteria sampel penelitian yang ditetapkan. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah uji asumsi klasik, pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan SPSS 17.0 *for windows*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Siti Munsaidah, dkk. (2016) adalah penelitian ini berhasil menunjukkan bahwa *firm size*, umur, profitabilitas,

leverage, pertumbuhan perusahaan secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap tanggung jawab sosial.

Pada penelitian ini terdapat persamaan dengan penelitian terdahulu yang terletak pada :

- a. Persamaan penelitian terdahulu dan peneliti yang sekarang yaitu terdapat pada variabel yang sama-sama menggunakan variabel independen *size* perusahaan, profitabilitas, dan *leverage*.
- b. Topik pada penelitian terdahulu dan peneliti yang sekarang sama-sama mengenai pengungkapan *corporate social responsibility*.

Terdapat perbedaan antara penelitian sekarang dan penelitian terdahulu yaitu terletak pada :

- a. Sampel yang digunakan oleh peneliti terdahulu menggunakan perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2010-2014, peneliti sekarang menggunakan sampel perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2012-2016.
- b. Variabel yang digunakan juga berbeda yaitu peneliti terdahulu menggunakan variabel independen umur, dan pertumbuhan perusahaan, peneliti sekarang menggunakan *leverage*, profitabilitas, dan *size* perusahaan sebagai variabel independennya.

2. Mohammad Ebrahim Nawaiseh, Soliman S., Rezk Abou Zaid Youssef El-shohnah (2015)

Tujuan penelitian ini adalah untuk membuktikan apakah ada pengaruh dari ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR pada

perusahaan perbankan di Jordania. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengungkapan CSR sebagai variabel dependen, sedangkan ROA, ROE, dan *Size* sebagai variabel independennya. Sampel penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah perusahaan publik yang menerbitkan saham komersial yang terdaftar di *Amman Stock Exchange*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi, korelasi, dan analisis deskriptif. Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah Studi ini telah mampu mengidentifikasi dampak CSR dalam kaitannya dengan karyawan pada masyarakat Jodanian. Hal ini menunjukkan bahwa CSR bertentangan dengan cara menjalani hidup sehat di masyarakat. Kebijakan ini juga dibuat untuk mematuhi arahan peraturan dan kebijakan pemerintah. Perusahaan harus melihat CSR sebagai tanggung jawab sosial terhadap karyawan mereka sehingga CSR harus diimbangi dalam undang-undang dan diberlakukan pada perusahaan-perusahaan yang sesuai.

Persamaan yang terdapat pada penelitian terdahulu dan penelitian sekarang terletak pada :

- a. Persamaan pada penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terdapat pada variabel yang digunakan yaitu menggunakan variabel independen *size* dan *profitability* yang menjelaskan pengaruh terhadap pengungkapan CSR.
- b. Persamaan juga terdapat pada pengujian dimana peneliti terdahulu dan peneliti sekarang sama-sama menggunakan uji analisis regresi dan analisis deskriptif.

Pada penelitian ini juga terdapat perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yang terletak pada :

- a. Sampel yang digunakan peneliti terdahulu yaitu perusahaan publik yang menerbitkan saham komersial yang terdaftar di *Amman Stock Exchange*, peneliti sekarang menggunakan perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
- b. Periode penelitian yang digunakan peneliti terdahulu yakni tahun 2011, pada peneliti yang sekarang yakni tahun 2012-2016.

3. Ida Bagus Gede Indra Wedhana Purba dan Putu Yadnya (2015)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui signifikansi pengaruh ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap profitabilitas dan pengungkapan CSR. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pengungkapan CSR sebagai variabel endogen, *firm size* sebagai variabel eksogen, sedangkan profitabilitas dan *leverage* sebagai variabel moderator. Sampel penelitian ini menggunakan 66 perusahaan manufaktur yang terdapat di Bursa Efek Indonesia (BEI). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji parsial dan uji validitas model. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ida Bagus Gede Indra dan Putu Yadnya (2015) adalah ukuran perusahaan dan *leverage* berpengaruh secara positif terhadap profitabilitas. Ukuran perusahaan berpengaruh secara positif terhadap profitabilitas. Ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas berpengaruh secara positif terhadap pengungkapan CSR.

Terdapat persamaan penelitian terdahulu dan penelitian sekarang yang terletak pada :

- a. Persamaan pada penelitian ini yaitu peneliti terdahulu dan peneliti sekarang sama-sama menggunakan variabel independen *size* perusahaan.
- b. Topik pada penelitian terdahulu dan peneliti yang sekarang sama-sama mengenai pengungkapan *corporate social responsibility*.

Terdapat perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yang terletak pada :

- a. Sampel yang digunakan peneliti terdahulu menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI, peneliti sekarang menggunakan sampel perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI.
- b. Variabel yang digunakan juga berbeda, peneliti terdahulu menggunakan profitabilitas dan *leverage* sebagai variabel moderator, peneliti sekarang menggunakan variabel tersebut sebagai variabel independen.

4. Uki Agustina, Oman Rusmana, dan Irianing Suparlinah (2014)

Tujuan penelitian ini adalah untuk memeriksa pengaruh *corporate governance* dan karakteristik perusahaan ke pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Populasi studi ini menggunakan perusahaan pertambangan yang tercatat pada Bursa Efek Indonesia dalam periode 2010-2014. Sampel studi ini menggunakan 40 dipilih dengan metode pengambilan sampel dilakukan secara *purposive*. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengungkapan CSR, sedangkan variabel independennya menggunakan dewan komisiner, audit komite, profitabilitas, likuiditas, *leverage*, dan *company size*. Sampel penelitian

ini menggunakan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama 2010-2014. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Uki Agustina, Oman Rusmana, dan Irianing Suparlinah (2014) menggunakan uji regresi berganda dapat disimpulkan bahwa Dewan Komisiner dan likuiditas mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sementara audit komite, profitabilitas, dan *company size* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan *leverage* mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Terdapat persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yang terletak pada :

- a. Persamaan variabel yang digunakan oleh peneliti terdahulu dan peneliti sekarang yaitu sama-sama menggunakan variabel independen profitabilitas, *leverage*, *size* yang menjelaskan pengaruh terhadap pengungkapan CSR.
- b. Persamaan penggunaan sampel juga dapat dilihat antara peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang yaitu sama-sama menggunakan perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI.

Terdapat perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yang terletak pada :

- a. Populasi penelitian yang digunakan oleh peneliti terdahulu yaitu menggunakan perusahaan pertambangan yang tercatat pada Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2010-2014, peneliti sekarang menggunakan populasi

perusahaan pertambangan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2012-2016.

- b. Peneliti yang sekarang tidak menggunakan variabel independen dewan komisioner, audit komite, dan likuiditas.

5. **Lilis ekowati, Prasetyono, dan Anis Wulandari (2014)**

Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, (2) untuk mengetahui pengaruh likuiditas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, (3) untuk mengetahui pengaruh *growth* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, (4) untuk mengetahui pengaruh *media exposure* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel dependen, sementara profitabilitas, likuiditas, *growth*, dan *media exposure* digunakan sebagai variabel independennya. Sampel penelitian ini diambil menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji parsial (*t-test*). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Lilis Ekowati, Prasetyono, dan Anis Wulandari (2014) adalah profitabilitas dan *media exposure* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, sedangkan likuiditas dan *growth* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Terdapat persamaan yang ada dalam penelitian ini antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang, seperti yang terletak pada :

- a. Variabel yang digunakan peneliti terdahulu dan peneliti sekarang adalah sama-sama menggunakan profitabilitas sebagai variabel independen.
- b. Pengujian yang digunakan juga memiliki persamaan antara peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang yaitu menggunakan statistik deskriptif, analisis regresi berganda.

Pada penelitian ini juga terdapat perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yang terletak pada :

- a. Variabel yang digunakan peneliti terdahulu adalah likuiditas, *growth*, dan *media exposure* sebagai variabel independen, peneliti sekarang menggunakan kepemilikan manajemen, *leverage*, profitabilitas, dan *size* sebagai variabel independennya.
- b. Sampel yang digunakan pada penelitian terdahulu menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar pada BEI, peneliti sekarang menggunakan perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI.

6. Marko S. Hermawan dan Stephanie G. Mulyawan (2014)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji apakah profitabilitas berkontribusi untuk CSR di perusahaan Indonesia. Penelitian ini memuat profitabilitas perusahaan dari *net profit margin*, ROA, dan ROE pada hubungan dengan jumlah pengungkapan CSR. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan variabel dependen CSR *Disclosure* dan variabel independen profitabilitas perusahaan serta variabel control berupa *size* perusahaan, perusahaan

Kompas100, dan Industri tertentu. Sampel penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah 543 perusahaan di Indonesia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2007-2009. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif dan uji anova. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Marko S. Hermawan dan Stephanie G. Mulyawan (2014) menunjukkan bahwa tidak semua rasio profitabilitas secara signifikan berkorelasi dengan pengungkapan CSR. Kompas100 dan industri tertentu cenderung memiliki hubungan dengan jumlah laporan CSR. Studi ini menunjukkan bahwa motivasi pengungkapan CSR hanya menjaga reputasi baik kepada pemegang saham, bukan konsekuensi dari alokasi dana surplus.

Terdapat persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yang terletak pada :

- a. Topik pada penelitian terdahulu dan peneliti yang sekarang yaitu sama sama menggunakan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan faktor-faktor yang mempengaruhinya
- b. Variabel yang digunakan dalam peneliti terdahulu dan peneliti sekarang memiliki persamaan yaitu sama-sama menggunakan variabel independen profitabilitas perusahaan yang menjelaskan pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Terdapat juga perbedaan yang ada dalam penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yang terletak pada :

- a. Perbedaan dalam penelitian terdahulu dan penelitian sekarang terdapat pada sampel yang dipakai. Peneliti terdahulu menggunakan sampel perusahaan

Indonesia yang terdaftar di BEI periode 2007-2009, peneliti sekarang menggunakan sampel perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI pada periode 2012-2016.

- b. Variabel yang digunakan juga berbeda, peneliti terdahulu menggunakan perusahaan Kompas100 dan industri tertentu sebagai variabel control di penelitiannya, peneliti sekarang tidak menggunakan variabel control pada penelitiannya.

7. **Heni Triastuti Kurnianingsih (2013)**

Tujuan daripada penelitian ini adalah untuk menemukan apakah profitabilitas dan *size* perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah pengungkapan CSR sebagai variabel dependen, dan menggunakan variabel independen yaitu *return on asset* (ROA) dan *size* perusahaan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Teknik analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik yang meliputi normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedasitas, sedangkan untuk menguji hipotesis peneliti menguji secara parsial dan simultan. Hasil penelitian yang didapatkan oleh Heni Triastuti Kurnianingsih (2013) adalah peneliti menemukan bahwa *Profitabilitas* (ROA) dan *Size* perusahaan (*Ln of total asset*) baik secara parsial maupun simultan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI.

Terdapat persamaan antara penelitian yang dilakukan peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang yang terletak pada :

- a. Persamaan terdapat pada variabel yang digunakan oleh peneliti terdahulu dan peneliti sekarang yaitu sama-sama menggunakan variabel independen *size* perusahaan yang menjelaskan mengenai pengaruh terhadap pengungkapan CSR.
- b. Teknik analisis data penelitian ini dan terdahulu sama-sama menggunakan analisis regresi berganda.

Terdapat perbedaan antara penelitian yang dilakukan peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang yang terletak pada :

- a. Perbedaan antaran peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang terdapat pada sampel penelitian. Peneliti terdahulu menggunakan perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), peneliti menggunakan perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
- b. Variabel independen yang dipakai penelitian sekarang menambahkan tingkat *leverage*.

8. **Sukmawati Safitri Dewi (2013)**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji apakah karakteristik perusahaan yang terdiri dari *size*, profitabilitas, *leverage*, kepemilikan manajemen, dan ukuran komisaris berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR. Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah Pengungkapan CSR sebagai variabel dependen, dan *size*, profitabilitas, *leverage*, kepemilikan manajemen, dan ukuran komisaris sebagai variabel independen. Sampel pada penelitian ini menggunakan

perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2009-2011 dengan menggunakan metode *purposive sampling* untuk pengumpulan datanya. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji analisis regresi berganda dan analisis deskriptif. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sukmawati Safitri Dewi (2013) adalah *size* perusahaan, kepemilikan manajemen, dan ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Sedangkan profitabilitas dan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Terdapat persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yang terletak pada :

- a. Variabel independen yang digunakan peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang mempunyai kesamaan yaitu sama-sama menggunakan ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas sebagai variabel independen untuk menjelaskan pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
- b. Variabel dependen yang digunakan peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang mempunyai kesamaan yaitu sama-sama menggunakan pengungkapan *corporate social responsibility*.

Terdapat perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yang terletak pada :

- a. Peneliti terdahulu menggunakan sampel dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2009-2011, peneliti sekarang menggunakan

sampel dari perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI pada tahun 2012-2016.

- b. Peneliti terdahulu menggunakan variabel independen ukuran komisaris, peneliti sekarang tidak menggunakan umur perusahaan sebagai variabel independennya.

9. Azwir Nasir, Pipin Kurnia, dan Teguh Dhekti Hakri (2013)

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum praktik pengungkapan informasi tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan menentukan pengaruh kepemilikan manajerial, *leverage*, profitabilitas, *size*, dan umur perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility Disclosure* sebagai variabel dependen, dan kepemilikan manajerial, *leverage*, profitabilitas, *size*, dan umur perusahaan sebagai variabel independen. Sampel penelitian ini menggunakan 12 perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Teknik analisis data yang dilakukan oleh peneliti adalah menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Azwir Nasir, dkk. (2013) adalah variabel independen *leverage* dan umur perusahaan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan, variabel independen kepemilikan manajerial, profitabilitas, dan *size* perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Terdapat persamaan dalam penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yang terletak pada :

- a. Topik pada penelitian terdahulu dan peneliti yang sekarang yaitu sama sama menggunakan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan faktor-faktor yang mempengaruhinya.
- b. Persamaan dari peneliti terdahulu dan peneliti sekarang yaitu terdapat pada variabel independen yang sama-sama menggunakan *leverage*, profitabilitas, dan *size* perusahaan.
- c. Persamaan dari peneliti terdahulu dan peneliti sekarang juga terdapat pada pengujian hipotesis yang sama-sama menggunakan uji linier regresi berganda.

Terdapat perbedaan dalam penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yang terletak pada :

- a. Peneliti terdahulu menggunakan variabel independen umur perusahaan, peneliti sekarang tidak menggunakan umur perusahaan sebagai variabel independennya.
- b. Sampel yang digunakan oleh peneliti terdahulu adalah 12 perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), peneliti sekarang menggunakan sampel perusahaan pertambangan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2012-2016.

Tabel 2.1
Matriks Penelitian Terdahulu

NO.	NAMA PENELITI	VARIABEL INDEPENDEN		
		Tingkat <i>Leverage</i>	<i>Profitability</i>	<i>Size</i> Perusahaan
1	Siti Munsaidah, Rita Andini, Agus Supriyanto (2016)	S-	S+	S+
2	Mohammad Ebrahim Nawaiseh, et. al. (2015)		S+	TS
3	Ida Bagus Gede Indra dan Putu Yadnya (2015)	S+	S+	S+
4	Uki Agustina, Oman Rusmana, dan Irianing (2014)	S-	S+	S+
5	Lilis Ekowati, Prastyono, Anis Wulandari (2014)		S	
6	Marko S. Hendrawan dan Stephanie G. Mulyawan (2014)		TS	
7	Heni Triastuti Kurnianingsih (2013)		TS	TS
8	Sukmawani Safitri Dewi dan Maswar Patuh Priyadi (2013)	TS	TS	S
9	Azwir Nasir, Pipin Kurnia dan Teguh Dhekti Hakri (2013)	S	TS	TS

Sumber : diolah.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 *Stakeholder Theory*

Teori *stakeholder* merupakan teori yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus memberikan manfaat kepada seluruh *stakeholder*-nya (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain) (Imam dan Chariri, 2007:409). Kelompok *stakeholder* inilah yang menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen perusahaan dalam mengungkap atau tidak

suatu informasi di dalam laporan perusahaan tersebut. Tujuan utama dari teori *stakeholder* adalah untuk membantu manajemen perusahaan dalam meningkatkan penciptaan nilai sebagai dampak dari aktivitas yang dilakukan dan meminimalkan kerugian yang mungkin muncul bagi *stakeholder*.

Semua *stakeholder* memiliki hak untuk memperoleh informasi mengenai aktivitas perusahaan yang memengaruhi mereka. Pada awalnya, pemegang saham sebagai satu-satunya *stakeholder* perusahaan. Pandangan ini didasarkan pada argumen yang disampaikan Friedman (1962) yang mengatakan bahwa tujuan utama perusahaan adalah untuk memaksimalkan kemakmuran pemiliknya. Namun demikian, Freeman (1983) tidak setuju dengan pandangan ini dan memperluas definisi *stakeholder* dengan memasukkan konstituen yang lebih banyak, termasuk kelompok yang tidak menguntungkan (*adversarial group*) seperti pihak yang memiliki kepentingan tertentu dan regulator (Imam dan Chariri, 2007:409)

Meskipun *stakeholder theory* mampu memperluas perspektif pengelolaan perusahaan dan menjelaskan dengan jelas hubungan antara perusahaan dengan *stakeholder theory* ini memiliki kelemahan. Gray *et al* (1997) mengatakan bahwa kelemahan dari *stakeholder theory* terletak pada fokus teori tersebut yang hanya tertuju pada cara-cara yang digunakan perusahaan dalam mengatur *stakeholder*-nya. Perusahaan hanya diarahkan untuk mengidentifikasi *stakeholder* yang dianggap penting dan berpengaruh dan perhatian perusahaan akan diarahkan pada *stakeholder* yang dianggap bermanfaat bagi perusahaan. Mereka yakin bahwa *stakeholder theory* mengabaikan pengaruh masyarakat luas

terhadap penyediaan informasi dalam pelaporan keuangan (Imam dan Chariri, 2007:411).

2.2.2 *Legitimacy Theory*

Teori legitimasi secara eksplisit mengakui bahwa bisnis dibatasi oleh kontrak sosial. Menurut Dowling dan Pfeffer (1975), legitimasi adalah hal yang penting bagi organisasi, batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial, dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan. Perusahaan sepakat untuk menunjukkan berbagai aktivitas sosial perusahaan, agar perusahaan memperoleh penerimaan masyarakat. Penerimaan yang baik dari masyarakat dapat membantu perusahaan mencapai tujuannya, sehingga akhirnya dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Legitimasi dari masyarakat dapat menjadikan perusahaan semakin berkembang (Kristi, 2012 dalam Lilis, 2014).

Deegan, *et al* (2000), menyatakan legitimasi dapat diperoleh manakala terdapat kesesuaian antara keberadaan perusahaan tidak mengganggu atau sesuai (*congruent*) dengan eksistensi sistem nilai yang ada dalam masyarakat dan lingkungan. Ketika terjadi pergeseran yang menuju ketidaksesuaian, maka pada saat itu legitimasi perusahaan dapat terancam. Pengurangan senjangan legitimasi dapat dilakukan dengan cara meningkatkan tanggungjawab sosial (*social responsibility*) dan memperluas pengungkapan, termasuk pengungkapan sosial (*social disclosure*) sebagai wujud akuntabilitas dan keterbukaan operasi perusahaan, atas berbagai dampak yang ditimbulkan (Gary dalam Nur, 2011). Tingginya senjangan legitimasi sebagai akibat ketidaksesuaian antara aktivitas

operasi perusahaan terhadap ekspektasi masyarakat memunculkan tekanan dari *stakeholder*.

Aktivitas organisasi perusahaan hendaknya sesuai dengan nilai sosial lingkungannya. Terdapat dua dimensi agar perusahaan memperoleh dukungan legitimasi, yaitu aktivitas organisasi perusahaan harus sesuai (*congruence*) dengan sistem nilai di masyarakat dan pelaporan aktivitas perusahaan juga hendaknya mencerminkan nilai sosial (Dowling dalam Nur, 2011). Adapun upaya yang perlu dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mengelola legitimasi agar efektif, yaitu dengan cara (Pattern, dalam Nur, 2011) :

1. Melakukan identifikasi dan komunikasi/dialog dengan publik.
2. Melakukan komunikasi dialog tentang masalah nilai sosial kemasyarakatan dan lingkungan, serta membangun persepsinya tentang perusahaan.
3. Melakukan strategi legitimasi dan pengungkapan, terutama terkait dengan masalah tanggungjawab sosial (*social responsibility*).

Tanggungjawab sosial perusahaan (*social responsibility*) memiliki kemanfaatan untuk meningkatkan reputasi perusahaan, menjaga *image* dan strategi perusahaan (Wibisono dalam Nur, 2011).

Hasil survei “*The Millenium Poll on CSR*” (1999) yang dilakukan oleh *Environic International*, (Toronto), *Conference Board* (New York), dan *Prince of Wales Business Leader Forum* (London) diantara 25.000 responden di 23 negara menunjukkan bahwa dalam membentuk opini dan legitimasi perusahaan, 60% mengatakan bahwa etika bisnis, praktik sehat terhadap karyawan, dampak terhadap lingkungan, tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) paling berperan

dalam meningkatkan legitimasi, 40% responden menyatakan citra perusahaan dan *brand image* mempengaruhi kesan mereka. Melihat konteks hasil penelitian tersebut dapat dinyatakan bahwa legitimasi perusahaan di mata *stakeholder* merupakan faktor signifikan untuk mendukung citra dan reputasi perusahaan di mata *stakeholder* (Nur, 2011: 92-93).

2.2.3 Corporate Social Responsibility

Berbagai definisi yang telah dikemukakan oleh banyak pihak mengenai tanggungjawab sosial perusahaan atau biasa disebut CSR. *Corporate Social Responsibility* (CSR) didefinisikan sebagai mekanisme bagi suatu organisasi yang sukarela untuk mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial di dalam menjalin hubungannya dengan *stakeholder*, yang melebihi tanggungjawab organisasi di bidang hukum (Darwin, 2004 dalam Heni, 2013).

World bank mendefinisikan bahwa “*CSR is commitment of business to contribute to sustainable economic development working with employees and their representatives, the local community and society at large to improve quality of live, in ways that are both good for business and good for development*”. Menurut *World Bisnis Council for Sustainable Development* (WBCD) menyatakan bahwa CSR adalah suatu komitmen yang dimiliki oleh dunia usaha untuk memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan kesejahteraan pekerjanya beserta seluruh keluarganya.

Pengungkapan tanggungjawab sosial (CSR) perusahaan pada umumnya masih bersifat sukarela dan tidak dipengaruhi oleh peraturan tertentu.

Konsep ini didukung oleh ide-ide bahwa suatu perusahaan tidak akan bertahan lebih lama dalam suatu ekonomi yang terisolasi dan membatasi dirinya untuk tidak peduli terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya (Djajadiningrat dan Melia, 2004: 35,36 dalam Lilis, 2014).

Pengukuran pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dilakukan dengan cara yang tidak berulang hanya menghitung satu kali untuk setiap item tanpa mempertimbangkan item yang dinyatakan lagi dibagian lain dengan bahasa yang berbeda. Berikut ini adalah rumus perhitungan indeks pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Versi GRI 4) :

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan :

CSRI_j = *Corporate Social Responsibility Disclosure* index

n_j = Jumlah item untuk perusahaan j, n_j = 91 (Skor maksimal)

X_{ij} = Jumlah total pengungkapan CSR oleh perusahaan.

1 = jika item diungkapkan; 0 = jika item tidak diungkapkan. Dengan demikian, $0 < CSRI_j < 1$

2.2.4 Tingkat *Leverage*

Leverage adalah rasio yang menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal, rasio ini dapat melihat seberapa jauh utang atau pihak luar membiayai perusahaan dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal (Sofyan, 2013). *Leverage* menunjukkan kualitas layanan kewajiban

perusahaan. Ada beberapa pengukuran dalam menghitung rasio *leverage* yaitu (Brigham dan Houston 2010: 146) :

- a) *Debt to Asset Ratio* (DAR) menggambarkan seberapa besar jumlah aktiva perusahaan dibiayai dengan total hutang.

$$DAR = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aset}}$$

- b) *Debt to Equity Ratio* (DER) menggambarkan seberapa besar ekuitas perusahaan dibiayai dengan total hutang.

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

- c) *Time Interest Earned Ratio* digunakan untuk mengukur besar jaminan keuntungan untuk membayar bunga hutang jangka panjang.

$$TIER = \frac{EBIT}{\text{Bunga Hutang Jangka Panjang}}$$

Leverage merupakan alat yang digunakan untuk mengukur seberapa besar perusahaan mempunyai tingkat resiko hutang tak tertagihnya kepada kreditur yang nantinya akan digunakan dalam membiayai aset perusahaan. semakin tinggi *leverage*, kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak hutang, maka manajer akan berusaha untuk mealporkan laba sekarang lebih tinggi akan mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian hutang. Manajer akan memilih metode akuntansi yang akan memaksimalkan laba sekarang. Kontrak hutang biasanya berisi tentang ketentuan bahwa perusahaan harus menjaga tingkat leverage tertentu (rasio hutang/ekuitas), *interest coverage*, modal kerja dan ekuitas pemegang saham (Scott dalam Sukmawati, 2013).

2.2.5 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan laba melalui semua kemampuan sumber daya yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, dan sebagainya (Sofyan, 2008: 219). Perusahaan dapat meningkatkan mutu produk, melakukan investasi baru, serta memberikan kesejahteraan bagi pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholder*) setelah mencapai laba yang sesuai target. Maka dari itu, suatu perusahaan dituntut harus mampu memenuhi target yang telah ditetapkan. Dalam praktiknya, jenis-jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan yaitu (Sjahrial dalam Heni, 2013) :

- a) *Profit Margin* memperlihatkan profitabilitas yang dihasilkan dari penjualan.

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Pendapatan Bersih}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

- b) ROA (*Return On Asset*) menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan *return* laba secara keseluruhan.

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total aktiva}}$$

- c) ROE (*Return On Equity*) menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari investasi pemegang saham.

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Ekuitas Pemegang Saham}}$$

Profitabilitas merupakan salah satu alat ukur yang digunakan perusahaan dalam menilai keefektifan kinerja suatu perusahaan. salah satu argumen dalam hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan tanggungjawab

sosial adalah bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. sebaliknya, pada tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca “*good news*” kinerja perusahaan, misalnya dalam lingkup sosial, dan dengan demikian investor akan tetap berinvestasi di perusahaan tersebut. Jadi, profitabilitas menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya (Donnovan dalam Sukmawati, 2013)

2.2.6 Size Perusahaan

Size perusahaan merupakan suatu skala yang berfungsi untuk mengklasifikasikan besar kecilnya entitas bisnis. Skala ukuran perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan mereka. Perusahaan besar cenderung akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Hal ini karena perusahaan besar akan menghadapi resiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil. Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial. Sehingga perusahaan besar cenderung akan mengeluarkan biaya untuk mengungkapkan informasi sosial yang lebih besar dibandingkan perusahaan kecil (Scott dalam Heni 2013). Pengungkapan sosial yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis bagi perusahaan. dengan mengungkapkan kepedulian pada lingkungan melalui pelaporan keuangan, maka perusahaan dalam jangka waktu panjang bisa terhindar dari biaya yang sangat besar akibat dari tuntutan masyarakat.

Size perusahaan salah satu dari banyak variabel yang digunakan untuk menjelaskan mengenai variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Ukuran perusahaan mempengaruhi struktur pembiayaan perusahaan. hal ini menyebabkan kecenderungan perusahaan membutuhkan dana yang lebih besar daripada perusahaan yang kecil (Brigham dan Houston, 2010: 107 dalam Uki, 2014). Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi yang lebih besar daripada perusahaan kecil, karena perusahaan besar cenderung memiliki resiko yang lebih besar terhadap kerusakan lingkungan sosial. Penilaian ukuran perusahaan dapat menggunakan tolak ukur total aset, hal ini dimaksudkan untuk mengurangi fluktuasi data yang berlebih (Imam, 2006).

Size perusahaan biasa didasarkan pada *total asset* (aset tetap, tidak berwujud dan lain-lain), jumlah tenaga kerja, volume penjualan dan kapitalisasi pasar (Purnasiwi dalam Heni, 2013). *Size* perusahaan yang diukur dengan *total asset* akan ditransformasikan dalam *logaritma of natural* untuk menyamakan dengan variabel-variabel lain karena total aset perusahaan nilainya relatif besar dibandingkan variabel-variabel lain (Putra dalam Heni, 2013).

- a) *Size* perusahaan didasarkan pada total aset.

$$\text{Size} = \ln \text{ of total asset}$$

- b) *Size* perusahaan didasarkan pada total penjualan.

$$\text{Size} = \ln \text{ of total penjualan}$$

2.2.7 Pengaruh Tingkat *Leverage* Terhadap Pengungkapan CSR

Leverage adalah rasio yang menggambarkan hubungan antara utang terhadap modal, rasio ini dapat melihat seberapa jauh utang atau pihak luar

membiyai perusahaan dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal (Sofyan, 2013). Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi maka perusahaan akan mengurangi pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial daripada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah (Azwir dkk, 2013). Hal ini dilakukan untuk menghilangkan keraguan pemegang saham terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur. Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan sepakat untuk menunjukkan berbagai aktivitas sosial agar perusahaan memperoleh penerimaan dari masyarakat. Penerimaan yang baik dari masyarakat dapat membantu perusahaan mencapai tujuannya, sehingga dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Rasio *leverage* yang tinggi, perusahaan akan tetap berusaha melakukan pengungkapan CSR meskipun tidak luas, hal itu dilakukan agar mendapatkan citra yang baik di masyarakat.

Legitimasi perusahaan merupakan faktor signifikan untuk mendukung citra dan reputasi perusahaan di mata *stakeholder*. Hal ini bisa diketahui dari tingkat rasio *leverage* perusahaan yang tinggi tidak menutup kemungkinan untuk perusahaan melakukan pengungkapan CSR meskipun tidak luas. Sebaliknya, jika tingkat rasio *leverage* rendah maka perusahaan akan berusaha melakukan pengungkapan CSR secara luas. Karena dengan pengungkapan CSR, perusahaan akan mendapatkan citra yang baik dan daya tarik bagi investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan. Semakin besar rasio *leverage* yang dimiliki perusahaan maka perusahaan akan meminimalisir pengungkapan CSR yang dilakukan.

Hal tersebut juga didukung oleh beberapa penelitian yang dilakukan oleh Siti dkk (2016), Ida (2015), dan Azwir (2013) dengan menemukan bahwa tingkat *leverage* perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Namun beberapa peneliti seperti Sukmawati (2013) menemukan bahwa tidak adanya pengaruh tingkat *leverage* perusahaan terhadap pengungkapan CSR.

2.2.8 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan laba melalui semua kemampuan sumber daya yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, dan sebagainya (Sofyan, 2008: 219). Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan (Siti dkk, 2016). Perusahaan dengan profitabilitas tinggi mampu mengatasi munculnya biaya-biaya atas pengungkapan CSR tersebut. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang semakin tinggi ditunjukkan dengan tingkat profitabilitas yang semakin tinggi, sehingga tanggung jawab sosial mampu ditingkatkan oleh perusahaan, serta dapat melakukan pengungkapan CSR dalam laporan keuangan dengan lebih luas yang berguna untuk kepentingan *stakeholder* dan mengharapkan dukungan para *stakeholder*.

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun juga harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*. Kelangsungan hidup perusahaan bergantung terhadap dukungan para *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari. Semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka cenderung semakin

luas pengungkapan *corporate social responsibility*. Profitabilitas yang tinggi akan memberikan keyakinan perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggungjawab sosial dan perusahaan akan tetap mendapatkan keuntungan positif yaitu mendapat respon positif masyarakat sehingga berdampak pada keuntungan perusahaan dimasa yang akan datang.

Beberapa penelitian yang mendukung mengenai pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR diantaranya dilakukan oleh Mohammad *et al.* (2015), Ida (2015), dan Uki (2014) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan Heni (2013), Sukmawati (2013), dan Azwir (2013) yang menunjukkan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

2.2.9 Pengaruh Size Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR

Size perusahaan merupakan suatu skala yang berfungsi untuk mengklasifikasikan besar kecilnya entitas bisnis. *Size* perusahaan bisa didasarkan pada total aset (aset tetap, tidak berwujud, dan lain-lain), jumlah tenaga kerja, volume penjualan, dan kapitalisasi pasar (Purnasiwi, 2011 dalam Ida, 2015) Skala ukuran perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan mereka. Perusahaan besar cenderung akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil (Azwir, 2013). *Size* perusahaan salah satu dari banyak variabel yang digunakan untuk menjelaskan mengenai variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Perusahaan besar cenderung akan mengeluarkan biaya dalam pengungkapan informasi sosial yang

lebih besar dibandingkan perusahaan kecil (Watt dan Zimmerman, 1990 dalam Heni, 2013).

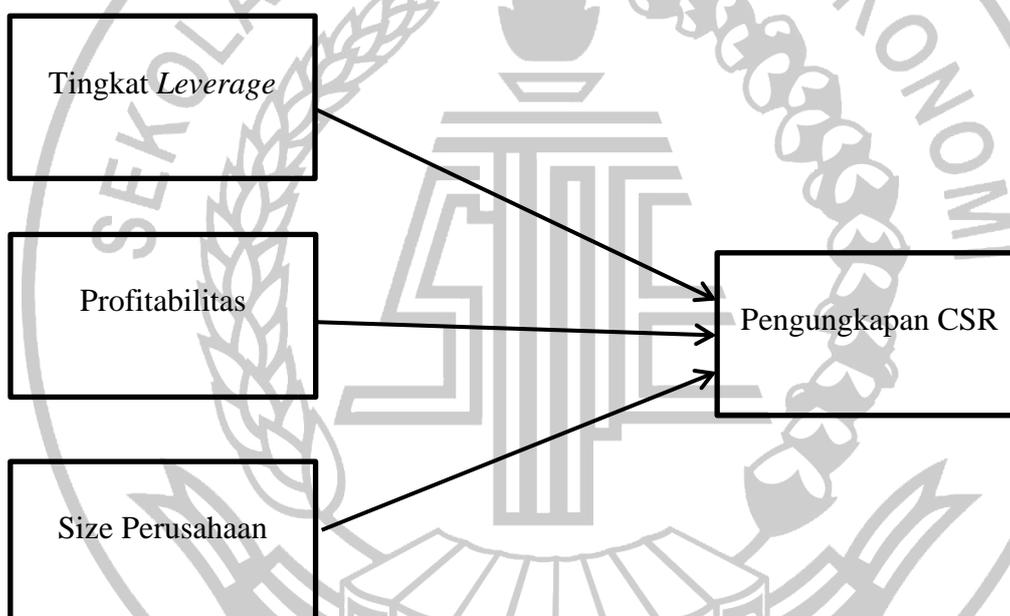
Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan sepakat untuk menunjukkan berbagai aktivitas sosial agar perusahaan memperoleh penerimaan dari masyarakat. Penerimaan yang baik dari masyarakat dapat membantu perusahaan mencapai tujuannya, sehingga dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Semakin besar ukuran suatu perusahaan maka semakin luas pengungkapan informasi yang akan disajikan karena masyarakat akan mengawasi terkait hal-hal yang dilakukan perusahaan dalam aktivitas perusahaan. Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial. Sehingga perusahaan besar cenderung akan mengeluarkan biaya untuk mengungkapkan informasi sosial yang lebih besar dibandingkan perusahaan kecil. Selain itu, perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disorot, pengungkapan yang lebih besar merupakan wujud tanggungjawab sosial perusahaan. Dengan mengungkapkan kepedulian pada lingkungan melalui pelaporan keuangan, maka perusahaan dalam jangka waktu panjang bisa terhindar dari biaya yang sangat besar akibat dari tuntutan masyarakat.

Beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh Siti dkk. (2016), Ida dan Putu (2015), dan Sukmawati (2013) mendukung pernyataan diatas dengan menemukan bahwa *size* perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Berbanding terbalik dengan beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh Mohammad *et al.* (2015) Heni (2013) dan Azwir dkk.

(2013) yang menemukan bahwa *size* perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

2.3 Kerangka Pemikiran

Landasan teori dari penerapan di atas dan penjelasan mengenai pengaruh variabel independen Tingkat *Leverage*, *Profitability*, *Size* Perusahaan terhadap variabel dependen Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan dengan model sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan hubungan yang diduga logis antara dua variabel yang dapat diuji secara empiris. Berdasarkan perumusan masalah dan kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis yang muncul pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1 : Tingkat *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

H2 : Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

H3 : *Size* perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

