

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai *corporate social responsibility* telah dilakukan oleh banyak peneliti. Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian ini merujuk dari beberapa penelitian terdahulu. Berikut ini merupakan kesimpulan dari beberapa penelitian terdahulu :

1. **Fahry dan Etna (2014)**

Penelitian yang dilakukan oleh Fahry dan Etna bertujuan untuk menguji Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Penelitian ini menggunakan sampel pada perusahaan asuransi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2009-2012. Penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan berbagai kriteria yang ditentukan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah analisis regresi linier berganda dengan hasil secara parsial profitabilitas dan *leverage* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kelengkapan Pengungkapan sedangkan secara parsial ukuran perusahaan dan ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap kelengkapan Pengungkapan. Perusahaan yang lebih besar akan mengungkapkan kelengkapan laporan keuangan yang lebih luas.

Persamaan :

1. Teknik analisis penelitian yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

2. Metode pengambilan sampel yaitu menggunakan metode *purposive sampling*.
3. Variabel dependen penelitian yang dilakukan adalah *Corporate Social Responsibility*.
4. Variabel Independen adalah profitabilitas dan ukuran dewan komisaris.

Perbedaan :

1. Sampel penelitian sebelumnya dilakukan pada periode 2009-2012 sedangkan penelitian yang dilakukan menggunakan sampel periode 2014-2016.
2. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian sebelumnya Karakteristik Perusahaan (ukuran perusahaan, profitabilitas, tingkat *financialleverage*, dan ukuran dewan komisaris) sedangkan penelitian yang dilakukan menggunakan variabel ukuran dewan komisaris dan profitabilitas.
3. Sampel yang digunakan penelitian sebelumnya menggunakan perusahaan asuransi sedangkan penelitian yang dilakukan menggunakan perusahaan jasa sektor infrastruktur, utilitas dan transportasi yang terdaftar di BEI.

2. Ni Wayan dan Ni Putu (2014)

Penelitian yang dilakukan oleh Wayan dan Putu bertujuan untuk menguji pengaruh karakteristik perusahaan dan tanggung jawab lingkungan pada pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini menggunakan

sampel pada perusahaan pertambangan pada tahun 2008-2012. Penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan berbagai kriteria yang ditentukan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa Hutang, profitabilitas, tanggung jawab lingkungan berpengaruh signifikan pada pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008-2012. Ukuran perusahaan, kepemilikan, saham asing dan komposisi dewan komisaris tidak berpengaruh signifikan pada pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008-2012.

Persamaan :

1. Teknik analisis yang digunakan peneliti sebelumnya adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda.
2. Metode pengambilan sampel yaitu menggunakan metode *purposive sampling*.
3. Variabel dependen penelitian yang digunakan adalah *Corporate Social Responsibility*.
4. Variabel Independen yang digunakan ukuran perusahaan dan profitabilitas.

Perbedaan :

1. Sampel penelitian sebelumnya dilakukan pada periode 2008-2012 sedangkan penelitian yang dilakukan menggunakan sampel periode 2014-2016.

2. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian sebelumnya Karakteristik Perusahaan (Hutang, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Saham Asing, Komposisi dewan komisaris) dan Tanggung jawab lingkungan sedangkan penelitian yang dilakukan hanya mengambil variabel independen yaitu ukuran perusahaan dan profitabilitas.
3. Sampel penelitian sebelumnya hanya pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sedangkan sampel pada penelitian yang akan dilakukan pada perusahaan jasa sektor infrastruktur, utilitas dan transportasi yang terdaftar di Bursa efek Indonesia (BEI).
4. Penelitian sebelumnya menggunakan variabel independen karakteristik dan tanggung jawab lingkungan sedangkan penelitian yang dilakukan menggunakan ukuran perusahaan, profitabilitas, kepemilikan institusional dan ukuran dewan komisaris.

3. Grigoris (2014)

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Grigoris bertujuan untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, jumlah rapat dewan, peningkatan jumlah dewan perempuan, proporsi non-eksekutif dalam dewan, UNGC berpengaruh positif terhadap CSR dan bertujuan untuk mengetahui leverage, CEO dan usia rata-rata anggota dewan. Sampel terdiri dari 100 perusahaan dari daftar Fortune 500 di Amerika Serikat melalui Prosedur acak untuk tahun yang berakhir 2011. Variabel independen penelitian ini Ukuran

Perusahaan, *Financial Leverage*, Proporsi Dewan, Profitabilitas, Komitmen Dewan) dan CEO duality (Ukuran Komite, Rapat Komite, Rata-rata Usia Dewan dan Komite Wanita). Variabel dependen adalah *corporate social responsibility*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi dengan hasil Profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap luasnya pengungkapan CSR. Sedangkan leverage keuangan sebagai proxy untuk daya kreditor memiliki efek negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Persamaan :

1. Variabel dependen penelitian adalah *Corporate Social Responsibility*.
2. Variabel Independen yang digunakan yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas.
3. Teknik analisis yang digunakan peneliti sebelumnya adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda.

Perbedaan :

1. Sampel penelitian sebelumnya dilakukan di perusahaan yang terdaftar di Fortune 500 Amerika Serikat melalui Prosedur acak untuk tahun yang berakhir 2011 sedangkan penelitian yang dilakukan menggunakan perusahaan jasa sektor infrastruktur, utilitas dan transportasi dengan sampel tiga tahun periode 2014-2016.
2. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian sebelumnya adalah Ukuran Perusahaan, *Financial Leverage*, Proporsi Dewan, Profitabilitas, Komitmen Dewan) dan CEO duality (Ukuran Komite, Rapat Komite, Rata-rata Usia Dewan dan Komite Wanita) sedangkan

penelitian yang dilakukan menggunakan ukuran perusahaan, profitabilitas, kepemilikan institusional dan ukuran dewan komisaris.

4. Sukmawati dan Maswar (2013)

Penelitian yang dilakukan oleh Sukmawati dan Maswar bertujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini menggunakan sampel pada perusahaan manufaktur pada tahun 2009-2011. Penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan berbagai kriteria yang ditentukan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa *Size*, kepemilikan manajemen dan ukuran dewan komisaris terbukti berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSR_D) pada laporan tahunan perusahaan manufaktur. Sedangkan Profitabilitas dan leverage terbukti tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSR_D) pada laporan tahunan perusahaan manufaktur. Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama tahun 2009-2011. Dengan variabel independen Karakteristik Perusahaan (Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, Kepemilikan Manajemen) dan variabel dependen CSR.

Persamaan :

1. Teknik analisis penelitian yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

2. Metode pengambilan sampel yaitu menggunakan metode *purposive sampling*.
3. Variabel dependen penelitian menggunakan *Corporate Social Responsibility*.
4. Variabel Independen yang digunakan terdapat ukuran perusahaan dan profitabilitas.

Perbedaan :

1. Sampel penelitian sebelumnya dilakukan pada periode 2009-2011 sedangkan penelitian yang dilakukan menggunakan sampel periode 2014-2016.
2. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian sebelumnya Karakteristik Perusahaan (Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Kepemilikan Manajemen) sedangkan penelitian yang dilakukan menggunakan ukuran perusahaan, profitabilitas, kepemilikan institusional dan ukuran dewan komisaris.
3. Sampel penelitian sebelumnya menggunakan seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sedangkan sampel pada penelitian yang akan dilakukan pada perusahaan jasa sektor infrastruktur, utilitas dan transportasi yang terdaftar di Bursa efek Indonesia (BEI).

5. Tita dan Wahdatul (2012)

Penelitian yang dilakukan Tita dan Wahdatul bertujuan untuk menguji pengaruh manajemen laba dan mekanisme *corporate governance* terhadap

corporate social responsibility. Penelitian ini menggunakan sampel pada perusahaan non-keuangan pada tahun 2008-2010. Penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan berbagai kriteria yang ditentukan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda dan analisis deskriptif dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa Manajemen laba berpengaruh negatif terhadap *Corporate social responsibility* sedangkan variabel independen lain seperti ukuran dewan komisaris, Proporsi dewan komisaris independen, Kepemilikan manjerial dan Kepemilikan institusional tidak berpengaruh *Corporate social responsibility*. Hanya satu variabel independen yaitu jumlah rapat komite audit yang menunjukkan hasil berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*.

Persamaan :

1. Teknik analisis penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi berganda.
2. Metode pengambilan sampel yaitu menggunakan metode *purposive sampling*.
3. Variabel dependen penelitian yang digunakan adalah *Corporate Social Responsibility*.
4. Variabel Independen yang digunakan yaitu Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Institusional dan Jumlah Rapat Komite Audit.

Perbedaan:

1. Sampel penelitian sebelumnya dilakukan pada periode 2008-2010 sedangkan penelitian yang dilakukan menggunakan sampel periode 2014-2016.
2. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian sebelumnya *Corporate Governance* (Ukuran Dewan Komisaris, Proporsi Dewan Komisaris, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Ukuran Komite Audit dan Jumlah Rapat Komite) sedangkan penelitian yang dilakukan hanya ukuran dewan komisaris dan kepemilikan institusional.
3. Sampel penelitian terdahulu hanya pada perusahaan non-keuangan sedangkan sampel pada penelitian yang akan dilakukan pada perusahaan jasa sektor infrastruktur, utilitas dan transportasi yang terdaftar di Bursa efek Indonesia (BEI).

6. Ahmad dan Antonius (2012)

Penelitian yang dilakukan Ahmad Kamil bertujuan untuk menguji pengaruh karakteristik perusahaan terhadap luas pengungkapan kegiatan *corporate social responsibility*. Penelitian ini menggunakan sampel pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2008-2009. Penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan berbagai kriteria yang ditentukan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah analisis regresi berganda dengan hasil penelitian menemukan bukti bahwa sebagian karakteristik entitas berpengaruh terhadap luasnya

pengungkapan CSR dalam laporan keuangan perusahaan. Dari empat ukuran karakteristik entitas, yang diwakili oleh profitabilitas, likuiditas, solvabilitas dan ukuran perusahaan yang berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR pada pelaporan keuangan perusahaan publik di BEI, konsisten dengan penemuan sebelumnya.

Persamaan:

1. Teknik analisis penelitian yang digunakan adalah analisis regresi berganda.
2. Metode pengambilan sampel yaitu menggunakan metode *purposive sampling*.
3. Variabel dependen penelitian yang digunakan adalah *Corporate Social Responsibility*.
4. Variabel Independen yang digunakan terdapat ukuran perusahaan dan profitabilitas.

Perbedaan:

1. Sampel penelitian sebelumnya dilakukan pada periode 2008-2009 sedangkan penelitian yang dilakukan menggunakan sampel periode 2014-2016.
2. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian sebelumnya Karakteristik Perusahaan (Profitabilitas, Likuiditas, Solvabilitas dan Ukuran Perusahaan) sedangkan penelitian yang dilakukan menggunakan variabel ukuran perusahaan dan profitabilitas.

3. Sampel penelitian sebelumnya pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sedangkan sampel pada penelitian yang akan dilakukan pada perusahaan jasa sektor infrastruktur, utilitas dan transportasi yang terdaftar di Bursa efek Indonesia (BEI).

7. **Muhammad (2012)**

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad bertujuan untuk menguji pengaruh *earning management* dan *corporate governance* (Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Komposisi Dewan Komisaris, Ukuran Dewan Komisaris dan Komite Audit) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini menggunakan sampel pada perusahaan manufaktur pada tahun 2008. Penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan berbagai kriteria yang ditentukan. Teknik analisis data yang digunakan penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa hasil pengujian hipotesis secara parsial diketahui variabel independen ukuran dewan komisaris dan profile memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Ini berarti bahwa semakin besar ukuran dewan komisaris maka semakin besar pengungkapan CSR dan terdapat perbedaan yang signifikan pada pengungkapan tanggung jawab sosial antara perusahaan yang tergolong *high profile* dengan perusahaan yang tergolong *low profile*. sedangkan *earning management*, kepemilikan manajerial, komposisi dewan komisaris, komite audit, dan kepemilikan institusional tidak signifikan.

Persamaan:

1. Teknik analisis penelitian yang digunakan adalah analisis regresi berganda.
2. Metode pengambilan sampel yaitu menggunakan metode *purposive sampling*.
3. Variabel dependen penelitian yang digunakan adalah *Corporate social Responsibility*.
4. Variabel Independen yang digunakan yaitu kepemilikan institusional dan ukuran dewan komisaris.

Perbedaan:

1. Sampel penelitian sebelumnya hanya pada tahun 2008 sedangkan penelitian yang dilakukan menggunakan periode tiga tahun yaitu tahun 2014-2016.
2. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian sebelumnya *earning management* dan *Corporate Governance* (kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, komposisi dewan komisaris, ukuran dewan komisaris, dan komite audit) sedangkan penelitian yang dilakukan menggunakan variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, kepemilikan institusional dan ukuran dewan komisaris.
3. Penentuan sampel yang digunakan penelitian adalah pada semua perusahaan manufaktur yang tercatat (*Go Public*) di Bursa Efek Indonesia (BEI) sedangkan penelitian yang dilakukan menggunakan perusahaan jasa sektor infrastruktur, utilitas dan transportasi yang terdaftar di BEI.

4. Teknik analisis penelitian yang dilakukan adalah analisis regresi berganda sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan analisa data yang digunakan adalah *univariate tests dan additional tests*.

8. Hejo *et al* (2012)

Dalam penelitian ini bertujuan sebagaimana yang dijelaskan Hejo untuk mengetahui pengaruh *Corporate Governance* (kepemilikan internal dan struktur dewan) dan eksternal (tekanan pengambil alihan dan pemantauan eksternal oleh investor institusi dan keamanan analis) dan *Corporate Financial Performant* (CFP) terhadap CSR. Sampel yang digunakan adalah perusahaan komprehensif dengan CSR keterlibatan di Amerika Serikat selama periode 1993-2004. Variabel independen penelitian ini adalah *Corporate Governance* (kepemilikan institusional dan struktur dewan) dan eksternal (tekanan pengambil alihan dan pemantauan eksternal oleh investor institusi dan keamanan analis) dan *Corporate Financial Performant* (CFP). Variabel dependen adalah corporate social responsibility. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Univariate Tests dan Additional Tests* dengan hasil *corporate governance* berpengaruh positif terhadap CSR dan CFP berpengaruh negatif terhadap CSR.

Persamaan:

1. Variabel dependen penelitian adalah *Corporate Social Responsibility*.
2. Variabel independen yang digunakan yaitu kepemilikan institusional.

Perbedaan:

1. Sampel penelitian sebelumnya dilakukan di perusahaan komprehensif dengan CSR keterlibatan di Amerika Serikat selama periode 1993-2004 sedangkan penelitian yang dilakukan menggunakan sampel perusahaan jasa sektor infrastruktur, utilitas dan transportasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2016.
2. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian sebelumnya adalah *Corporate Governance* (kepemilikan institusional dan struktur dewan) dan eksternal (tekanan pengambil alihan dan pemantauan eksternal oleh investor institusi dan keamanan analisis) dan *Corporate Financial Performant* (CFP) sedangkan penelitian yang dilakukan menggunakan variabel independen yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, kepemilikan institusional dan ukuran dewan komisaris.

9. **Yulia dan Melvie (2011)**

Penelitian yang dilakukan oleh Yulia dan Melvie bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris mengenai pengaruh mekanisme *corporate governance* terhadap *corporate social responsibility*. Penelitian ini menggunakan sampel pada perusahaan-perusahaan yang usaha bidangnya terkait sumber daya alam yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2009. Penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan berbagai kriteria yang ditentukan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan hasil yang menyatakan bahwa kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan jumlah dewan komisaris independen berpengaruh terhadap CSR secara parsial maupun simultan.

Persamaan:

1. Variabel dependen penelitian adalah *Corporate Social Responsibility*.
2. Penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*.
3. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda.
4. Variabel Independen yang digunakan kepemilikan institusional.

Perbedaan:

1. Sampel penelitian sebelumnya dilakukan hanya pada tahun 2009 sedangkan penelitian yang dilakukan menggunakan sampel tiga tahun periode 2014-2016.
2. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian sebelumnya kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial dan jumlah dewan komisaris independen sedangkan penelitian yang dilakukan menggunakan variabel kepemilikan institusional dan ukuran dewan komisaris.
3. Sampel penelitian sebelumnya dilakukan di perusahaan-peusahaan yang bidang usahanya di sumber daya alam yang terdaftar di BEI sedangkan sampel pada penelitian yang akan dilakukan pada perusahaan jasa sektor infrastruktur, utilitas dan transportasi yang terdaftar di Bursa efek Indonesia (BEI).

10. Habib (2011)

Dalam penelitian bertujuan sebagaimana yang dijelaskan Habib bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Governance* (proporsi komite direktur non-eksekutif, komite direksi wanita dan kepemilikan Institusional) terhadap

CSR. Sampel yang digunakan sektor Perbankan di Bangladesh. Variabel independen yang digunakan adalah proporsi komite direktur non-eksekutif, komite direksi wanita dan kepemilikan asing dengan variabel dependen CSR. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Deskriptif dan Analisis Regresi Berganda dengan hasil komite direktur non-eksekutif dan kepemilikan institusional berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR sedangkan komite direksi wanita tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Persamaan :

1. Teknik analisis yang digunakan peneliti sebelumnya dengan peneliti yang dilakukan adalah analisis regresi berganda.
2. Variabel dependen penelitian adalah *Corporate Social Responsibility Disclosure*.
3. Variabel independen yang digunakan Kepemilikan Institusional.

Perbedaan:

1. Sampel penelitian sebelumnya dilakukan di sektor perbankan sedangkan penelitian yang dilakukan menggunakan perusahaan jasa yang terdaftar di BEI.
2. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian sebelumnya adalah *Corporate Governance* (proporsi komite direktur non-eksekutif, komite direksi wanita dan kepemilikan institusional) sedangkan penelitian yang dilakukan menggunakan variabel independen yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, kepemilikan institusional dan ukuran dewan komisaris.

Tabel 2.1
MATRIKS PENELITIAN TERDAHULU

NO	NAMA PENELITI	INDEPENDEN					DEPENDEN
		SIZE	PROF	KI	KOM	RADIT	CSR
1	Fahry Maulana & Etna Nur Afri Yuyetta (2014)	-	Negatif	-	Positif	-	√
2	Ni Wayan Oktariani & Ni Putu Sri Harta Himba (2014)	Negatif	Positif	-	-	-	√
3	Grigoris Giannarakis (2014)	Positif	Positif	-	-	-	√
4	Sukmawati Safitri Dewi & Maswar Patuh Priyadi (2013)	Positif	Negatif	-	Positif	-	√
5	Tita Djuitaningsih & Wahdatul A Marsyah (2012)	-	-	-	Negatif	Positif	√
6	Ahmad Kamil & Antonius Herusetya (2012)	Positif	Positif	-	-	-	√
7	Muhammad Titan Terzaghi (2012)	-	-	Negatif	Positif	-	√
8	Hejo Jo et al (2012)	-	-	Negatif	-	-	√
9	Yulia Setyarini & Melvie Paramitha (2011)	-	-	Positif	-	Negatif	√
10	Habib Uz-Zaman Khan (2011)	-	-	Positif	-	-	√

2.2 Landasan Teori

Pada sub bab ini akan diuraikan tentang teori-teori pendukung yang akan digunakan sebagai dasar dalam menyusun kerangka pemikiran maupun merumuskan hipotesis. Teori-teori yang akan dijelaskan pada penelitian ini mengenai pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, kepemilikan institusional, ukuran dewan komisaris dan jumlah rapat komite audit terhadap corporate social responsibility disclosure.

2.2.1 *Legitimacy Theory*

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. Aktivitas organisasi perusahaan hendaknya sesuai dengan nilai sosial lingkungannya. Lebih lanjut dinyatakan, bahwa terdapat dua dimensi agar perusahaan memperoleh dukungan legitimasi, yaitu: (1) aktivitas organisasi perusahaan harus sesuai (*congruence*) dengan sistem nilai di masyarakat; (2) pelaporan aktivitas perusahaan juga hendaknya mencerminkan nilai sosial. Lingkungan masyarakat merupakan elemen penting dalam menjaga eksistensi dan keberlangsungan perusahaan. Dengan kata lain, perusahaan memerlukan legitimasi dari masyarakat sekitarnya.

Teori legitimasi merupakan teori yang mendasari kontrak sosial yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat di mana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Teori legitimasi juga memberikan semua institusi sosial terkecuali perusahaan, beroperasi di masyarakat melalui kontrak sosial, baik eksplisit maupun implisit, dimana kelangsungan hidup dan pertumbuhan didasarkan pertama pada hasil akhir (*output*) yang secara sosial dapat diberikan kepada masyarakat luas dan kedua distribusi manfaat ekonomi, sosial atau politik kepada kelompok sesuai dengan *power* yang dimiliki. Legitimasi merupakan keadaan psikologis dimana keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap sensitivitas gejala lingkungan sekitar baik fisik maupun nonfisik.

Melihat dari konteks uraian diatas dapat dinyatakan bahwa legitimasi perusahaan dimata *stakeholder* merupakan faktor signifikan untuk mendukung citra dan reputasi perusahaan dimata *stakeholder* (Hadi, 2011:87).

Pengungkapan informasi mengenai CSR merupakan investasi jangka panjang dan memiliki manfaat dalam meningkatkan *image* dan legitimasi, sehingga dapat dijadikan sebagai basis konstruksi strategi perusahaan. Adapun untuk mendapatkan legitimasi tersebut, perusahaan perlu menunjukkan tanggung jawabnya yang disebut sebagai tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*). Pengungkapan CSR menjelaskan mengenai apa yang menyebabkan perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat di mana perusahaan itu menjalankan kegiatannya. Oleh karena itu, pada dasarnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan bertujuan untuk memperlihatkan kepada masyarakat aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan dan pengaruhnya terhadap masyarakat dan tujuan akhirnya tidak lain adalah untuk menunjang tujuan utama perusahaan yaitu mendapatkan profit maksimum. Lebih jauh lagi legitimasi ini akan meningkatkan reputasi perusahaan yang pada akhirnya akan berpengaruh pada nilai perusahaan tersebut.

2.2.2 Signalling Theory

Signalling theory membahas tentang bagaimana seharusnya suatu perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal dapat berupa informasi mengenai apa yang sudah manajemen lakukan untuk mewujudkan keinginan pemilik yang menyatakan bahwa perusahaan lebih baik

daripada perusahaan lainnya. Teori sinyal berkaitan dengan adanya asumsi bahwa informasi yang diterima oleh masing-masing pihak tidak sama, yaitu adanya asimetri informasi antara pihak manajemen perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan informasi perusahaan.

Teori sinyal memberikan suatu sinyal dimana dari pihak pengirim atau pemilik informasi berusaha memberikan suatu informasi relevan yang dapat dimanfaatkan oleh pihak penerima informasi. Kemudian pihak penerima akan menyesuaikan pengambilan keputusannya sesuai dengan pemahamannya terhadap sinyal tersebut. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan perusahaan secara tidak langsung pasti juga berdampak pada *stakeholders* seperti karyawan, investor, pemasok, pemerintah konsumen serta masyarakat sehingga kegiatan-kegiatan tersebut menjadi perhatian dan minat dari para *stakeholders*, terutama para investor dan calon investor sebagai pemilik dan penanam modal. Maka dari itu dirasa perlu oleh perusahaan untuk memberi suatu informasi yang lengkap bagi para calon *stakeholders* tersebut. Sehingga perusahaan melaporkan lebih dari sekedar laporan keuangan, dengan mengungkapkan laporan tambahan yaitu pelaporan tahunan tentang aktifitas CSR perusahaan.

Signalling theory menekankan bahwa perusahaan pelapor dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui pelaporannya. Jika perusahaan gagal dalam menyajikan informasi yang lebih, maka para *stakeholders* hanya akan menilai perusahaan sebagai perusahaan rata-rata sama dengan perusahaan-perusahaan yang tidak mengungkapkan laporan tambahan. Hal tersebut meningkatkan motivasi bagi perusahaan-perusahaan untuk menunjukkan sesuatu melalui laporan keuangan,

bahwa mereka lebih baik daripada perusahaan lain yang tidak melakukan pengungkapan. Dengan demikian, *signalling theory* menjelaskan bahwa perusahaan akan cenderung memberikan informasi yang lebih lengkap untuk membangun reputasi yang akan terlihat lebih baik dibandingkan perusahaan-perusahaan yang tidak melakukan pengungkapan, yang pada akhirnya akan menarik para investor. Pentingnya suatu informasi yang dikeluarkan oleh manajemen perusahaan terhadap keputusan investasi pihak di luar perusahaan. Informasi adalah unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis karena informasi dapat menyajikan keterangan, catatan atau gambaran untuk keadaan masa lalu, saat ini dan masa yang akan datang untuk kelanjutan usaha perusahaan dan bagaimana dampaknya. Informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman oleh perusahaan akan memberikan *signal* bagi investor dan calon investor dalam pengambilan keputusan investasi.

Salah satu jenis informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan yang dapat menjadi sinyal untuk pihak eksternal adalah laporan keuangan tahunan (*annual report*). Informasi yang diungkapkan dalam laporan keuangan tahunan adalah informasi akuntansi yang berkaitan dengan laporan keuangan perusahaan dan informasi non-akuntansi yaitu informasi yang tidak berkaitan dengan laporan keuangan, seperti sumber daya perusahaan, strategi bisnis, prospek perusahaan dan informasi lain yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung. Ukuran perusahaan merupakan informasi yang diungkapkan atau dipublikasikan oleh pihak manajemen perusahaan dalam bentuk informasi akuntansi dan non-akuntansi mengenai keadaan perusahaan masa lalu, saat ini dan di masa yang akan

datang dimana informasi ini yang akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi yang rasional (Gumanti, 2009).

2.2.3 *Agency Theory*

Teori keagenan (*Agency Theory*) merupakan teori yang mendasari hubungan kerja antara pihak yang memberi wewenang (*principal*) dengan pihak yang menerima wewenang (*agent*). Teori keagenan dicetuskan oleh Jensen dan Meckling (1976) yang menggambarkan terdapatnya sebuah hubungan keagenan atau kontrak kerja yang melibatkan antara dua pihak, yaitu pihak *principal* dengan pihak *agen*.

Masalah keagenan terjadi apabila bagian kepemilikan manajer atas saham perusahaan kurang dari seratus persen. Proporsi kepemilikan yang hanya sebagian dari perusahaan, tentu saja membuat manajer cenderung bertindak untuk kepentingan pribadi dan bukan untuk memaksimalkan perusahaan. Hal tersebut akan menyebabkan biaya keagenan (*agency cost*). Jensen dan Meckling (1976) mendefinisikan *agency cost* sebagai jumlah dari biaya yang dikeluarkan prinsipal untuk melakukan pengawasan terhadap agen. Sebagian besar perusahaan jarang memiliki *zero agency cost* dalam rangka menjamin manajer untuk mengambil keputusan yang optimal dari pandangan *shareholders* karena adanya perbedaan kepentingan yang besar diantara mereka.

Jensen dan Meckling (1976) membagi biaya keagenan menjadi tiga, yaitu *monitoring cost*, *bonding cost*, dan *residual loss*. *Monitoring cost* adalah biaya yang timbul dan ditanggung oleh prinsipal untuk mengukur, mengamati, dan

mengontrol perilaku agen. *Bonding cost* adalah biaya yang ditanggung oleh agen untuk menetapkan dan mematuhi mekanisme yang menjamin bahwa agen akan bertindak untuk kepentingan prinsipal. *Residual loss* merupakan pengorbanan yang berupa berkurangnya kemakmuran prinsipal sebagai akibat dari perbedaan keputusan agen dan keputusan prinsipal. Oleh karena itu, pihak manajemen sebagai pengelola perusahaan (agen) memiliki wewenang untuk menyampaikan informasi mengenai kondisi perusahaan kepada pemegang saham (prinsipal).

Salah satu informasi yang bisa diberikan pihak manajemen kepada pemegang saham adalah informasi mengenai kondisi perusahaan selain laporan keuangan, namun informasi yang diberikan pihak manajemen terkadang tidak sesuai dengan kondisi perusahaan sebenarnya. Banyak hal yang menjadi alasan bagi pihak manajemen untuk menyampaikan informasi yang tidak sesuai dengan kondisi perusahaan sebenarnya kepada pihak prinsipal guna memaksimalkan keuntungan bagi agen. Adanya pemisahan tugas antara pihak *principal* dengan pihak *agent* dapat memunculkan konflik keagenan. Konflik ini tentu dapat berdampak buruk terhadap kinerja perusahaan dan memicu munculnya ketidakseimbangan informasi atau asimetri informasi (*information asymmetry*).

Menurut teori ini, agent secara alami memiliki kepentingan sendiri (*conflict of interest*). Oleh karena itu, pemilik harus mengawasi agent dan membuat kompensasi dan evaluasi kinerja yang dapat menyelaraskan tujuan pemilik dengan tujuan agent. Pemisahan kepemilikan dan pengendalian diperusahaan modern harus dilakukan, hal ini bersamaan dengan timbulnya asimetri atas informasi dalam perusahaan bisa menimbulkan posibilitas bagi *agent*

(manajer) untuk melakukan tindakan oportunistik yang berbanding terbalik dengan objektif dari principal (pemilik) dan akan timbul kecenderungan untuk memenuhi kepentingan pribadi yang merupakan masalah agensi. Jika hal ini terjadi maka pemegang saham dapat membuat keputusan yang tidak optimal. Untuk menutupi masalah agensi yang terjadi dalam perusahaan manajer menggunakan laporan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR. Terdapat beberapa cara yang digunakan guna mengurangi konflik kepentingan, yaitu meningkatkan kepemilikan saham oleh manajemen (*insider ownership*), meningkatkan rasio dividen terhadap laba bersih (*earning after tax*), meningkatkan sumber pendanaan melalui utang, dan meningkatkan kepemilikan saham oleh institusi (*institutional holdings*).

2.2.4 Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, melainkan pula untuk membangun sosial-ekonomi kawasan secara holistik, melembaga dan berkelanjutan. Pelaksanaan tanggung jawab sosial akan membuat perusahaan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek, namun juga turut berkontribusi bagi kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitar dalam jangka panjang. Manfaat dari aktivitas CSR yaitu mengurangi resiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas diterima perusahaan, dapat berfungsi sebagai pelindung dan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk akibat dari suatu krisis yang dihadapi, CSR dapat menjadikan keterlibatan dan kebanggaan karyawan, CSR yang dilaksanakan

secara konsisten akan mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan para *stakeholder-nya* dan CSR dapat meningkatkan penjualan (Suharto, 2007:16).

Pengungkapan CSR dinyatakan dalam *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI). Pengungkapan CSR dapat diukur melalui laporan keuangan maupun melalui laporan berkelanjutan. CSRI dinilai dengan membandingkan jumlah pengungkapan yang dilakukan perusahaan dengan jumlah yang disyaratkan dalam *Global Reporting Initiative* (GRI). Indeks ini bersifat internasional yang memiliki format dan isi laporan lengkap dalam menyediakan informasi serta dapat digunakan untuk berbagai macam sektor dan ukuran perusahaan. Jumlah item CSR pengungkapan menurut GRI adalah 79 item yang terdiri dari: ekonomi (9 item), lingkungan (30 item), praktik tenaga kerja (14 item), hak manusia (9 item), masyarakat (8 item), dan tanggung jawab produk (9 item). Pendekatan untuk menghitung CSRI pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu item CSR dalam instrument CSR dalam penelitian diberi nilai satu jika diungkapkan dan nilai 0 jika tidak diungkapkan (Tita dan Wahdatul, 2012). Perhitungan CSRI dirumuskan sebagai berikut:

$$CSRI = \frac{\sum \text{Item yang diungkapkan}}{79 \text{ item}}$$

2.2.5 Ukuran Perusahaan

Size atau ukuran dari suatu perusahaan, tidak hanya dilihat dari fisik perusahaan tetapi dapat dilihat dari seberapa banyak asset yang dimiliki atau modal yang dimiliki perusahaan. Ukuran perusahaan menunjukkan jumlah

pengalaman dan kemampuan tumbuhnya suatu perusahaan yang mengindikasikan kemampuan tingkat risiko dalam mengelola investasi yang diberikan para *stakeholders*. Perusahaan dengan ukuran besar diasumsikan dengan jumlah aktiva dan tingkat pendapatan yang besar sehingga menghasilkan laba yang tinggi. *Size* atau ukuran perusahaan adalah rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun. Dalam hal ini penjualan lebih besar daripada biaya variabel dan biaya tetap, maka akan diperoleh jumlah pendapatan sebelum pajak. Sebaliknya, jika penjualan lebih kecil daripada biaya variabel dan biaya tetap maka perusahaan akan menderita kerugian.

Ukuran perusahaan merupakan suatu variabel yang sering digunakan dalam menjelaskan berbagai macam variasi pengungkapan sosial yang digunakan perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi yang lebih besar daripada perusahaan kecil, karena didalam perusahaan besar cenderung memiliki resiko yang lebih besar terhadap kerusakan lingkungan sosial dibandingkan dengan perusahaan kecil. Ukuran perusahaan juga dapat diukur atau didasarkan oleh berbagai hal pada total aset, total penjualan, kapitalisasi pasar dan jumlah tenaga kerja. Menurut Sukmawati dan Maswar (2013) ukuran perusahaan dapat dihitung menggunakan *logaritma natural* dari total aset ($Ln Assets$).

2.2.6 Profitabilitas

Profitabilitas selain menjadi alat ukur yang digunakan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya. Perusahaan adalah sebuah organisasi yang beroperasi dengan tujuan menghasilkan keuntungan dengan cara

menjual produk (barang/jasa) kepada para pelanggannya. Tujuan operasional dari sebagian besar perusahaan adalah untuk memaksimalkan profit, baik profit jangka pendek maupun profit jangka panjang. Manajemen dituntut untuk meningkatkan imbal hasil (return) bagi pemilik perusahaan, sekaligus juga meningkatkan kesejahteraan karyawan. Ini semua hanya dapat terjadi apabila perusahaan memperoleh laba dalam aktivitas bisnisnya (Hery, 2016: 192).

Pengukuran profitabilitas dapat dilakukan dengan membandingkan antara berbagai komponen yang ada di dalam laporan laba rugi dan neraca. Penggunaan pengukuran profitabilitas disesuaikan dengan tujuan dan kebutuhan atau hanya sebagian saja jenis pengukuran profitabilitas (Hery, 2016: 193).

Profitabilitas dapat dihitung dengan menggunakan pengembalian atas aset dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain pengukuran ini digunakan untuk mengukur sebesar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung hasil pengembalian atas aset (*Return on Assets*):

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih setelah pajak}}{\text{Total Aset}}$$

Profitabilitas juga dapat dihitung dengan menggunakan pengembalian atas ekuitas dalam menciptakan laba bersih. Berikut rumus yang digunakan untuk menghitung hasil pengembalian atas ekuitas (*Return on Equity*):

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih setelah pajak}}{\text{Total Ekuitas}}$$

2.2.7 Kepemilikan Institusional

Menurut Machmud dan Djakman (2008) menyatakan bahwa kepemilikan institusional berfungsi sebagai proporsi saham yang dimiliki oleh suatu lembaga atau institusi. Kepemilikan saham ditunjukkan dengan prosentase jumlah saham perusahaan yang dimiliki oleh investor institusi. Kehadiran kepemilikan institusional memiliki peran yang penting karena kepemilikan institusional akan mendorong peningkatan pengawasan yang lebih optimal terhadap manajemen. Kepemilikan institusional mempunyai kemampuan dalam mengendalikan dan memonitoring manajemen secara efektif agar dapat meningkatkan kinerja manajemen. Perusahaan dengan kepemilikan institusional yang besar akan lebih mampu untuk memonitor manajemen. Semakin besar kepemilikan institusional maka akan semakin efisien pemanfaatan aktiva perusahaan dan diharapkan juga perusahaan dapat bertindak sebagai pencegah terhadap pemborosan yang dilakukan manajemen. Hal ini berarti jumlah kepemilikan yang cukup signifikan, investor institusional akan dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas pengungkapan sukarela. Pengukuran kepemilikan institusional dapat dilihat dari jumlah kepemilikan saham yang dimiliki oleh pihak institusional dari jumlah saham yang dikelola oleh perusahaan.

$$\text{Kepemilikan Institusional} = \frac{\sum \text{Saham Investor Institusional}}{\sum \text{Saham Beredar}} \times 100\%$$

2.2.8 Ukuran Dewan Komisaris

Ukuran dewan komisaris adalah wakil pemegang saham dalam perusahaan berbadan hukum perseroan terbatas. Dewan komisaris ini berfungsi mengawasi

pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen (direksi). Dengan demikian dewan komisaris yang aktif menjalankan fungsinya dapat mencegah konsentrasi pengendalian yang terlalu banyak ditangan manajemen. Merujuk dalam penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005) pengukuran ukuran dewan komisaris yaitu dilihat dari banyaknya jumlah anggota dewan komisaris perusahaan.

2.2.9 Jumlah Rapat Komite Audit

Jumlah rapat komite audit merupakan jumlah pertemuan atau rapat yang dilakukan oleh komite audit dalam waktu satu tahun. Jumlah rapat komite audit diukur dengan cara melihat jumlah rapat yang dilakukan komite audit pada laporan tahunan perusahaan yang tercantum pada laporan tata kelola perusahaan maupun laporan komite audit. Komite audit dapat membantu pelaksanaan tugas dewan komisaris dan memiliki tugas terpisah dalam membantu dewan komisaris untuk memenuhi tanggung jawabnya dalam pemberian pengawasan secara menyeluruh (FCGI, 2001). Berdasarkan keputusan ketua Bapepam Nomor Kep-24/PM/2004 dalam peraturan Nomor IX.1.5 disebutkan bahwa komite audit mengadakan rapat sekurang-kurangnya sama dengan ketentuan minimal rapat dewan komisaris yang ditetapkan dalam anggaran dasar perusahaan.

2.3 Pengaruh antar Variabel

2.3.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility*

Size atau ukuran perusahaan merupakan suatu variabel dalam menjelaskan berbagai macam variasi pengungkapan sosial yang digunakan perusahaan

dalam laporan tahunan perusahaan. Perusahaan dengan ukuran besar diasumsikan dengan jumlah aktiva dan tingkat pendapatan yang besar sehingga menghasilkan laba yang tinggi (Ida dan Dewa, 2013).

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap *corporate social responsibility* menggunakan teori sinyal. Ukuran perusahaan merupakan informasi yang diungkapkan oleh perusahaan sebagai sinyal bagi investor untuk pengambilan keputusan investasi. Besarnya total aset yang dimiliki oleh perusahaan digunakan untuk menentukan besar kecilnya suatu perusahaan memberikan kepercayaan bagi investor. Perusahaan yang mampu mengelola asetnya dengan baik dapat dijadikan *signal* bagi investor untuk pengambilan keputusan karena aset merupakan informasi yang diungkapkan oleh perusahaan. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi sosial yang lebih besar dari pada perusahaan kecil, karena didalam perusahaan besar cenderung memiliki resiko yang lebih besar terhadap lingkungan sosial dibandingkan dengan perusahaan kecil.

Penelitian yang dilakukan Grigoris (2014), Sukmawati dan Maswar (2013) dan Ahmad dan Antonius (2012) menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap CSR. Hasil ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Wayan dan Putu (2014) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap CSR.

2.3.2 Pengaruh Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility*

Profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Pengaruh profitabilitas terhadap *corporate social responsibility* menggunakan teori sinyal. Menurut teori sinyal mengatakan semakin besar perolehan laba yang didapat akan menarik sejumlah *stakeholders* dalam pengambilan keputusan investasi. Jika perusahaan mengalami keuntungan maka dapat digunakan untuk meningkatkan pengungkapan CSR pada perusahaan.

Pada penelitian yang dilakukan Fahrydan Etna (2014) dan Sukmawati dan Maswar (2013) menyatakan bahwa profitabilitas yang diukur dengan ROA tidak berpengaruh terhadap CSR. Hasil bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Wayan dan Putu (2014), Grigoris (2014) dan oleh Ahmad dan Antonius (2012) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap CSR. Oleh karena itu, perlunya penelitian ulang dengan jenis perusahaan dan periode waktu yang berbeda untuk memastikan hasil pada penelitian sebelumnya..

2.3.3 Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap *Corporate Social Responsibility*

Kepemilikan institusional mempunyai kemampuan dalam mengendalikan dan memonitoring manajemen secara efektif agar dapat meningkatkan kinerja manajemen. Semakin besar kepemilikan institusional maka akan semakin efisien pemanfaatan aktiva perusahaan dan diharapkan juga perusahaan dapat bertindak sebagai pencegah terhadap pemborosan yang dilakukan manajemen (Machmud dan Djakman, 2008).

Pengaruh Kepemilikan institusional terhadap *corporate social responsibility* menggunakan teori agensi. Teori agensi menyatakan kepemilikan institusional yang meningkat berarti bahwa tingkat pengawasan yang dilakukan oleh investor institusional (pihak prinsipal) terhadap manajemen (pihak agen) juga tinggi. Pengawasan terhadap penyusunan laporan tanggung jawab sosial yang dibuat oleh manajemen akan diperhatikan oleh investor institusional. Investor institusional dengan perspektif jangka panjang dalam investasi cenderung mempertimbangkan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Hal ini berarti jumlah kepemilikan yang cukup signifikan maka investor institusional akan dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas laporan tanggung jawab sosial.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Muhammad (2012) dan Hejo *et al* (2012) menemukan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR. Hasil ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Yulia Setyarini dan Melvie Paramitha (2011) dan Habib (2011) yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh terhadap CSR secara parsial maupun simultan. Oleh karena itu, perlunya penelitian ulang dengan jenis perusahaan dan periode waktu yang berbeda untuk memastikan hasil pada penelitian sebelumnya..

2.3.4 Pengaruh antara Ukuran Dewan Komisaris terhadap *Corporate Social Responsibility*

Dewan komisaris adalah wakil *shareholder* dalam perusahaan yang berbadan hukum perseroan terbatas yang berfungsi mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen (direksi) dan bertanggung jawab

untuk menentukan apakah manajemen memenuhi tanggung jawab mereka dalam mengembangkan dan menyelenggarakan pengendalian intern perusahaan (Sembiring, 2005).

Pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap *corporate social responsibility* menggunakan teori agensi. Berdasarkan teori agensi, dewan komisaris dianggap sebagai mekanisme pengendalian intern tertinggi, yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak. Semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah mengendalikan dan memonitoring manajemen sehingga dalam menjalankan tugas akan semakin efektif. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkan CSR. Pengungkapan CSR yang lebih luas dinilai akan mengurangi masalah keagenan dan asimetri informasi yang terjadi.

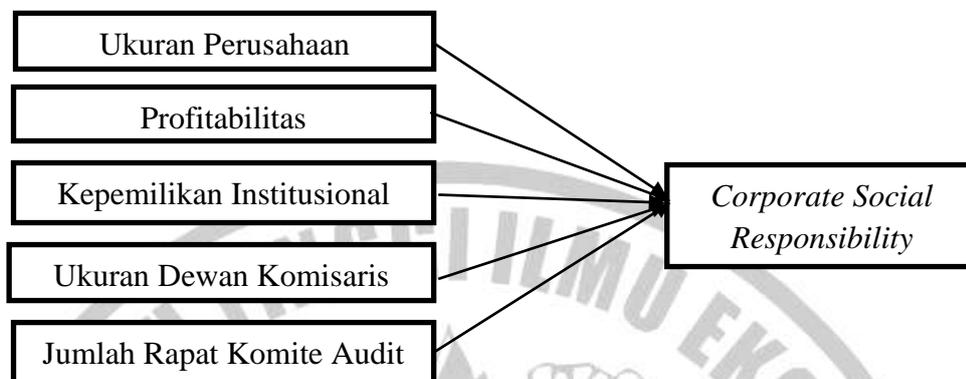
Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad (2012) dan Sukmawati dan Maswar (2013) menemukan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan Tita dan Wahdatul (2012) yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan CSR. Oleh karena itu, perlunya penelitian ulang dengan jenis perusahaan dan periode waktu yang berbeda untuk memastikan hasil pada penelitian sebelumnya.

2.3.5 Pengaruh Jumlah Rapat Komite Audit terhadap *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan keputusan ketua Bapepam Nomor Kep-24/PM/2004 dalam peraturan Nomor IX.I.5 disebutkan bahwa komite audit mengadakan rapat sekurang-kurangnya sama dengan ketentuan minimal rapat dewan komisaris yang diterapkan dalam anggaran dasar perusahaan. Pengaruh jumlah rapat komite audit terhadap *corporate social responsibility* menggunakan teori agensi. Menurut teori agensi bahwa tingkat jumlah pertemuan yang dilakukan oleh komite audit dapat menjamin bahwa pelaksanaan pengawasan terhadap manajemen untuk melakukan kecurangan akan berjalan secara efektif. Dengan demikian, peluang manajemen untuk melakukan kecurangan dengan menyembunyikan informasi dapat diminimalisasi dan pengungkapan informasi lingkungan sosial perusahaan menjadi semakin transparan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tita dan Wahdatul (2012), diketahui bahwa jumlah pertemuan komite audit berpengaruh positif terhadap CSR. Hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan Yulia dan Melvie (2011) yang menyatakan bahwa jumlah rapat komite audit tidak berpengaruh terhadap CSR. Oleh karena itu, perlunya penelitian ulang dengan jenis perusahaan dan periode waktu yang berbeda untuk memastikan hasil pada penelitian sebelumnya.

2.4 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1

KERANGKA PEMIKIRAN

2.5 Hipotesis Penelitian

- H₁ : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan jasa sektor infrastruktur, utilitas dan transportasi yang terdaftar di BEI pada tahun 2014-2016.
- H₂ : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan jasa sektor infrastruktur, utilitas dan transportasi yang terdaftar di BEI pada tahun 2014-2016.
- H₃ : Kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan jasa sektor infrastruktur, utilitas dan transportasi yang terdaftar di BEI pada tahun 2014-2016.

H₄ : Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan jasa sektor infrastruktur, utilitas dan transportasi yang terdaftar di BEI pada tahun 2014-2016.

H₅ : Jumlah Rapat Komite Audit berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan jasa sektor infrastruktur, utilitas dan transportasi yang terdaftar di BEI pada tahun 2014-2016.

