

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Corporate Social Responsibility adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh organisasi maupun perusahaan dalam segala aspek operasional perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sosial dan sekitarnya sebagai salah satu bentuk kepedulian perusahaan kepada para *stakeholders*. Tujuan penelitian ini adalah merujuk pada peneliti terdahulu untuk menganalisis pengaruh nilai perusahaan, profitabilitas dan struktur kepemilikan institusional terhadap pengungkapan CSR di Indonesia.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti & Judul	Variabel	Sampel	Teknik analisis	Hasil Penelitian
1.	<p>Kristina Apriliani Putri, Elma Muncar Aditya, Nurdhiana, (2019).</p> <p>Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan <i>Leverage</i> terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014 – 2017</p>	<p>Independen :</p> <p>Profitabilitas, Likuiditas, dan <i>Leverage</i>.</p>	<p>Seluruh perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI yang mempublikasikan laporan tahunan atau <i>Annual Report</i> secara berturut – turut selama empat tahun (2014 – 2017) sebanyak 27 perusahaan.</p>	<p>Menggunakan teknik <i>purposive sampling</i> dan menggunakan analisis regresi linier berganda.</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan Likuiditas dan <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.</p>
2.	<p>Vivi Andayani, Irdha Yusra, (2019).</p> <p>Pengaruh Kepemilikan Institusional dan Komite Audit</p>	<p>Independen :</p> <p>Kepemilikan Institusional dan Komite Audit</p>	<p>Perusahaan manufaktur subsektor kosmetik dan peralatan rumah tangga yang terdaftar</p>	<p>Menggunakan analisis regresi berganda menggunakan <i>Eviews</i>. Teknik pengumpulan sampel</p>	<p>Kepemilikan Institusional berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan <i>corporate social</i></p>

	terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.		(<i>listed</i>) di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2010-2015 yaitu sebanyak 9 perusahaan.	menggunakan <i>purposive sampling</i> .	<i>responsibility</i> . Sedangkan untuk Komite Audit berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR.
3.	Heni Triastuti Kurnianingsih, (2013). Pengaruh Profitabilitas dan <i>Size</i> Perusahaan Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	Independen : Profitabilitas dan <i>Size</i> Perusahaan	Perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI.	Menggunakan analisis regresi linear berganda.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Profitabilitas (ROA) baik secara parsial maupun simultan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI.
4.	Abid Ramadhan, Arfan Amrin, (2019). Profitabilitas, Agresivitas Pajak dan Kinerja Lingkungan Terhadap	Independen : Profitabilitas, Agresivitas Pajak dan Kinerja Lingkungan	Perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Indeks (JII) selama periode 2013-	Menggunakan metode <i>purposive sampling</i> . Data dianalisis dengan menggunakan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Profitabilitas dan Agresivitas Pajak tidak berpengaruh terhadap

	<i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i>		2017.	regresi linear berganda.	<i>Corporate Social Responsibility Disclosure.</i> Sedangkan Kinerja Lingkungan berpengaruh terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure.</i>
5.	Gusti Ayu Dyah Indraswari, Ida Bagus Putra Astika, (2014). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Kepemilikan Saham Publik pada Pengungkapan CSR	Independen : Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Kepemilikan Saham Publik	11 perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI selama periode 2010-2012.	Pemilihan sampelnya menggunakan teknik <i>purposive sampling</i> . Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik serta pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi berganda.	Hasil penelitian menunjukkan Profitabilitas serta Ukuran Perusahaan berpengaruh positif, sedangkan Kepemilikan Saham Publik, berpengaruh negatif pada pengungkapan CSR perusahaan.
6.	Syailendra Eka Saputra, (2019). Pengaruh Kepemilikan	Independen : Kepemilikan Institusional,	68 perusahaan <i>gopublic</i> di	Menggunakan analisis regresi data panel.	Hasil pengujian menunjukkan bahwa

	<p>Institusional, Kepemilikan Publik, Pertumbuhan Perusahaan dan Tipe Industri Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Pada Perusahaan <i>High Profile</i> di Bursa Efek Indonesia.</p>	<p>Kepemilikan Publik, Pertumbuhan Perusahaan dan Tipe Industri</p>	<p>BEI yang termasuk kelompok <i>high profile</i> dari tahun 2014 sampai dengan 2017 yang lalu.</p>		<p>Kepemilikan Institusional tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan <i>High profile</i> di Bursa Efek Indonesia. Sedangkan Kepemilikan Public, Pertumbuhan Perusahaan dan Tipe Industri berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan <i>High profile</i> di Bursa Efek Indonesia.</p>
7.	<p>Mahdi Salehi, Hossein Tarighi & Malihe Rezanezhad, (2017). <i>The Relationship Between Board of Directors' Structure and</i></p>	<p>Independen : <i>Directors' Structure and Company Ownership</i></p>	<p>125 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Teheran selama tahun 2009 – 2014.</p>	<p>Analisis regresi linier berganda.</p>	<p>Tidak terdapat hubungan signifikan antara struktur dewan direksi, kepemilikan perusahaan dan pengungkapan CSR pada</p>

	<i>Company Ownership dith Corporate Social Responsibility Disclosure.</i>				Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Taهران.
8.	Charles H. Cho, Jillian R. Phillips, Amy M. Hageman, & Dennis M. Patten (2009). <i>Media Richness, User Trust, and Perceptions of Corporate Social Responsibility (An Experimental Investigation of Visual Web Site Disclosures).</i>	Independen : <i>Media Richness, User Trust, and Perceptions.</i>	Seluruh sampel dari 126 peserta. Dengan pengecualian bahwa media kekayaan itu secara signifikan terkait dengan mempercayai keyakinan untuk total sampel, hasilnya secara kualitatif sama dengan yang dilaporkan.	Analisis deskriptif, analisis <i>multivariat</i> varians untuk menguji hubungan hipotesis, dan analisis terpisah varians.	Secara keseluruhan, kekayaan media penyajian situs web sosial dan lingkungan pengungkapan positif dipengaruhi tingkat niat percaya, tetapi bukan keyakinan mempercayai pengguna situs web.
9.	Sadia Majeed, Tariq Aziz and Saba Saleem, (2015). <i>The Effect of</i>	Independen : ukuran dewan, direktur independen,	100 perusahaan Pakistan yang terdaftar di Karachi Stock	Menggunakan teknik analisis regresi berganda.	Studi menemukan dampak positif dan signifikan dari ukuran papan, kepemilikan

	<i>Corporate Governance Elements on Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure: An Empirical Evidence from Listed Companies at KSE Pakistan</i>	kebangsaan asing dan perwakilan perempuan di dewan, konsentrasi kepemilikan, kepemilikan institusional, ukuran perusahaan dan profitabilitas.	Exchange (KSE). Data tersebut meliputi pemeriksaan laporan tahunan selama lima tahun (2007-2011).		institusi, konsentrasi kepemilikan dan ukuran perusahaan pada pelaporan CSR. Hasilnya juga menunjukkan hubungan yang bertentangan antara perwakilan perempuan dan direktur asing di dewan dan pelaporan CSR.
10.	Ida Bagus Anom Purbawangsa, Solimun Solimun, Adji Achmad Reinaldo Fernandes and Sri Mangesti Rahayu, (2019). <i>Corporate governance, corporate profitability toward corporate social responsibility</i>	Independen : <i>Corporate Governance, Corporate Profitability</i>	Seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, China dan India tahun 2013-2016.	Metode model persamaan struktural (SEM) partial least square – based (PLS-based) dengan PLS.	Di Indonesia, tata kelola perusahaan dan profitabilitas perusahaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap pengungkapan CSR. Demikian pula pengungkapan CSR dan profitabilitas perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif

<p><i>disclosure and corporate value (comparative study in Indonesia, China and India stock exchange in 2013-2016)</i></p>				<p>terhadap nilai perusahaan. Tata kelola perusahaan secara tidak langsung mempengaruhi nilai perusahaan, melalui mediasi pengungkapan CSR.</p> <p>Di Cina, tata kelola perusahaan dan profitabilitas perusahaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap pengungkapan CSR. Demikian pula pengungkapan CSR dan tata kelola perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan.</p> <p>Profitabilitas perusahaan secara tidak langsung mempengaruhi</p>
--	--	--	--	---

					<p>nilai perusahaan, melalui mediasi pengungkapan CSR.</p> <p>Di India, tata kelola perusahaan dan profitabilitas perusahaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap pengungkapan CSR. Hal yang sama terlihat bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Tata kelola perusahaan dan profitabilitas perusahaan secara tidak langsung mempengaruhi nilai perusahaan, melalui mediasi pengungkapan CSR.</p>
--	--	--	--	--	--

2.2 Landasan Teori

Pada bagian ini akan diuraikan teori pendukung yang akan digunakan sebagai dasar untuk menyusun kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis.

2.2.1 *Teori Stakeholder*

Teori *stakeholder* merupakan teori yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah suatu entitas yang beroperasi semata-mata untuk kepentingan perusahaan, tetapi juga harus memberikan manfaat kepada pemangku kepentingan (pemegang saham, kreditur, konsumen, pemasok, analis, karyawan, pemerintah, dan kelompok lain dalam lingkungan sosial, seperti masyarakat (Ghozali dan Chariri, 2007:409). Pemegang saham memiliki hak terhadap tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan, *stakeholder* juga memiliki hak terhadap perusahaan. Pada dasarnya *stakeholders* dapat mengontrol atau memiliki kemampuan (kekuasaan) untuk mempengaruhi penggunaan sumber daya ekonomi yang digunakan oleh perusahaan. Oleh karenanya, kekuatan pemangku kepentingan bergantung pada kekuatan pemangku kepentingan (Ghozali dan Chariri, 2007). Bentuk kekuasaan ini termasuk membatasi penggunaan sumber daya ekonomi yang terbatas (modal dan tenaga kerja), akses media yang berpengaruh, dan kemampuan untuk mengatur kemampuan perusahaan atau mempengaruhi konsumsi barang dan jasa yang diproduksi oleh perusahaan. (Ghozali dan Chariri, 2007 mengutip Deegan, 2000).

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan memiliki salah satu tanggung jawab kepada *stakeholder*, dengan melakukan pengungkapan

CSR perusahaan seharusnya melampaui tindakan memaksimalkan laba untuk kepentingan pemegang saham (*stockholder*), namun lebih luas lagi bahwa kesejahteraan yang dapat diciptakan oleh perusahaan sebetulnya tidak terbatas kepada kepentingan pemegang saham saja, tetapi juga untuk kepentingan *stakeholder*, yaitu semua pihak yang memiliki keterkaitan atau klaim terhadap perusahaan (Untung, 2008). Perusahaan tidak hanya beroperasi semata-mata untuk keuntungannya sendiri, tetapi merupakan entitas yang harus memberikan manfaat kepada pemangku kepentingannya. Teori ini dengan sangat jelas mengusulkan cara baru untuk memandang perusahaan dengan cara yang lebih sosial dan humanistik, dan memberikan rasa moralitas tentang tanggung jawab sosial. Pada dasarnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan bertujuan untuk menunjukkan kepada masyarakat luas kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan dan dampaknya bagi masyarakat. Dalam hal ini dapat diperoleh keamanan perusahaan yang pada akhirnya bermuara pada kepentingan pemilik perusahaan, kemudian manajer akan terdorong melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial.

Teori *Stakeholder* adalah teori yang menggambarkan kepada pihak mana saja perusahaan bertanggung jawab (Freeman, 1984). Menurut Utama (2010), tanggung jawab sosial suatu perusahaan tidak hanya kepada pemilik atau pemegang saham, tetapi juga kepada pemangku kepentingan yang terkait dan / atau terpengaruh oleh keberadaan perusahaan. Dalam menetapkan dan menjalankan strategi bisnisnya, perusahaan yang

menjalankan CSR akan memperhatikan dampaknya terhadap kondisi masyarakat dan lingkungan, dan berupaya agar memberikan dampak positif.

2.2.2 Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah proposisi *stakeholders*, yaitu perusahaan beroperasi tidak hanya untuk kepentingan pemegang saham, tetapi juga untuk kepentingan *stakeholders* dalam praktek bisnis yaitu pekerja, masyarakat sekitar, pemerintah, lembaga swadaya masyarakat (LSM), konsumen, dan lingkungan. Pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (selanjutnya disebut UUPT) mengatur hal itu. Undang-undang tersebut menjelaskan bahwa setiap perusahaan yang bergerak di bidang sumber daya alam atau kegiatan usaha yang berkaitan dengan sumber daya alam atau sumber daya alam memiliki kewajiban untuk memenuhi tanggung jawab sosial dan lingkungan. Menurut Sholihah dan Nuraina (2013), tanggung jawab sosial perusahaan merupakan kewajiban setiap perusahaan yang beroperasi pada aspek tertentu. Praktik pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan mengacu pada pelaporan tiga bidang usaha yaitu bidang sosial, bidang ekonomi dan bidang lingkungan. Hal ini juga dijelaskan dalam laporan (*Global Reporting Initiative*), yang merupakan pedoman pelaporan keberlanjutan yang diakui secara global.

Dari berbagai definisi CSR yang ada, Alexander Dahlsrud dalam tulisannya *How Corporate Social Responsibility is Defined* di jurnal *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* (2008)

menjelaskan dan menyimpulkan bahwa definisi CSR itu secara konsisten mengandung 5 dimensi, yaitu:

1. Dimensi Lingkungan yang merujuk ke lingkungan hidup dan mengandung kata-kata seperti “lingkungan yang lebih bersih”, “pengelolaan lingkungan”, “*environmental stewardship*”, “kepedulian lingkungan dalam pengelolaan operasi bisnis”, dll.
2. Dimensi Sosial yaitu hubungan antara bisnis dan masyarakat dan tercermin melalui frase-frase seperti “berkontribusi terhadap masyarakat yang lebih baik”, “mengintegrasikan kepentingan sosial dalam operasi bisnis”, “memperhatikan dampak terhadap masyarakat”, dll..
3. Dimensi Ekonomis yang menerangkan aspek sosio-ekonomis atau finansial bisnis yang diterangkan dengan kata-kata seperti “turut menyumbang pembangunan ekonomi”, “mempertahankan keuntungan”, “operasi bisnis”, dll.
4. Dimensi Pemangku Kepentingan (*Stakeholder*) yang tentunya menjelaskan hubungan bisnis dengan pemangku kepentingannya dan dijelaskan dengan kata-kata seperti “interaksi dengan pemangku kepentingan perusahaan”, “hubungan perusahaan dengan karyawan, pemasok, konsumen dan komunitas”, “perlakukan terhadap pemangku kepentingan perusahaan”, dll.
5. Dimensi Kesukarelaan (*voluntary*) sehubungan dengan hal-hal yang tidak diatur oleh hukum atau peraturan yang tercermin melalui frase-

frase seperti “berdasarkan nilai-nilai etika”, “melebihi kewajiban hukum (*beyond regulations*)”, “*voluntary*”, dll.

2.2.3 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal dan mencerminkan penilaian sosial terhadap kinerja perusahaan (Harmono, 2009:233). Jika perusahaan memperhatikan dimensi sosial, ekonomi dan lingkungan sekitarnya karena keberlangsungan kehidupan perusahaan saat ini dan masa yang akan datang, maka akan menjamin pertumbuhan nilai perusahaan. Perusahaan dapat menerapkan CSR sebagai bentuk adanya tanggungjawab sosial perusahaan terhadap lingkungan (Wardhani, 2013). Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan karena dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham yang tinggi pula (Sudarna dan Purnomosidhi, 2016).

Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan *Price to Book Value* (PBV). Nilai buku (PBV) merupakan salah satu pertimbangan investor dalam memutuskan saham mana yang akan dibeli. Jika harga saham perusahaan naik maka nilai perusahaan dapat memberikan keuntungan yang sebesar-besarnya bagi pemegang saham. Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi kekayaan pemegang saham (Brigham dan Houston, 2006: 112).

2.2.4 Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba yang berhubungan dengan penjualan, total aset dan modal sendiri (Agus Sartono, 2010:122). Salah satu kebijakan yang diambil oleh manajemen untuk meningkatkan nilai perusahaan adalah dengan mengoptimalkan laba perusahaan dengan cara mengelola kepemilikan aset perusahaan. Kondisi tersebut membuat pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan dapat menganalisis nilai perusahaan melalui total aset yang dimiliki perusahaan. Karena nilai perusahaan memperoleh keuntungan melalui pengelolaan aset, hal itu akan memberikan informasi yang berguna kepada investor untuk menilai prospek masa depan perusahaan dalam menghasilkan laba. Salah satu bentuk analisisnya adalah dengan melihat nilai *return on asset* (ROA). Penelitian dari Theodoran dan Agus 2010, Sri dan Sawitri 2011 dan Achmad 2007 menyatakan bahwa Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

2.2.5 Struktur Kepemilikan Institusional

Struktur kepemilikan terdiri dari struktur kepemilikan asing, struktur kepemilikan pemerintah, struktur kepemilikan publik, dan struktur kepemilikan institusional. Pada penelitian kali ini menggunakan struktur kepemilikan institusional. Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham perusahaan yang dimiliki oleh institusi atau lembaga seperti perusahaan asuransi, bank, perusahaan investasi, dan kepemilikan institusi lain (Tarjo, 2008 : 20). Melalui mekanisme kepemilikan institusional,

dimungkinkan untuk memahami efektivitas pengelolaan manajemen sumber daya perusahaan dari informasi yang dihasilkan oleh respon pasar terhadap pengumuman laba. Kepemilikan institusional memiliki kemampuan untuk mengontrol manajemen secara efektif melalui proses pemantauan, sehingga mengurangi tindakan manajemen untuk manajemen laba. Persentase saham tertentu yang dimiliki oleh suatu institusi dapat mempengaruhi penyusunan laporan keuangan, tidak menutup kemungkinan pendapatan berbasis akrual yang didasarkan pada kepentingan manajemen (Wahyingsih, 2009).

2.2.6 Nilai Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility*

Menurut Harmono (2009 : 233), Nilai Perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan. Harga saham akan mencerminkan nilai perusahaan. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi nilai perusahaan. Hubungan teori *stakeholder* dengan nilai perusahaan adalah nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan karena dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham yang tinggi pula (Sudarna dan Purnomosidhi, 2016). Kinerja perusahaan saat ini dan prospek masa depan dapat meningkatkan kepercayaan investor dengan nilai perusahaan yang tinggi. Investor dalam melakukan transaksi perdagangan saham tentunya membutuhkan informasi terkait penilaian saham atau harga saham guna membantu investor dalam mengambil keputusan investasi di pasar modal.

Nilai perusahaan akan terjamin peningkatannya apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial, ekonomi dan lingkungan sekitar karena keberlanjutan hidup perusahaan pada saat ini dan masa mendatang. Perusahaan dapat menerapkan CSR sebagai bentuk adanya tanggungjawab sosial perusahaan terhadap lingkungan (Wardhani, 2013). Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi nilai perusahaan, maka semakin tinggi tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* suatu perusahaan.

H₁ : Jika semakin tinggi nilai perusahaan maka akan semakin tinggi tingkat pengungkapan *corporate social responsibility*.

2.2.7 Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility*

Menurut Petrolina (2003) dan Rimba (2010), profitabilitas merupakan gambaran kinerja manajemen perusahaan. Salah satu kebijakan yang diambil oleh manajemen untuk meningkatkan nilai perusahaan adalah dengan mengoptimalkan laba perusahaan dengan cara mengelola kepemilikan aset perusahaan. Oleh karena itu, dalam hal ini pihak yang berkepentingan dengan perusahaan dapat menganalisa nilai perusahaan melalui total aset yang dimiliki perusahaan. Sebab nilai perusahaan melalui pengelolaan aset untuk memperoleh profit akan memberikan investor informasi yang berguna untuk menilai prospek masa depan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Salah satu bentuk analisisnya adalah dengan melihat nilai *return on asset* (ROA).

Hubungan antara teori *stakeholder* dan profitabilitas perusahaan akan mempengaruhi kebijakan investasi investor dan kebijakan kreditur atas pinjaman yang telah atau akan diberikan. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dapat menarik investor untuk berinvestasi guna mengembangkan usahanya, dan kreditor dapat memberikan pinjaman yang lebih besar sebagai modal perusahaan. Sebaliknya jika margin keuntungan rendah menyebabkan investor dan kreditor menarik modal dan pinjaman ke perusahaan.

Profitabilitas merupakan faktor penting bagi manajemen untuk mengambil keputusan terkait pengungkapan tanggung jawab sosial kepada pemegang saham. Oleh karena itu, semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan tanggung jawab sosial suatu perusahaan.

H₂ : Jika semakin tinggi profitabilitas maka akan semakin tinggi tingkat pengungkapan *corporate social responsibility*.

2.2.8 Struktur Kepemilikan Institusional terhadap *Corporate Social Responsibility*

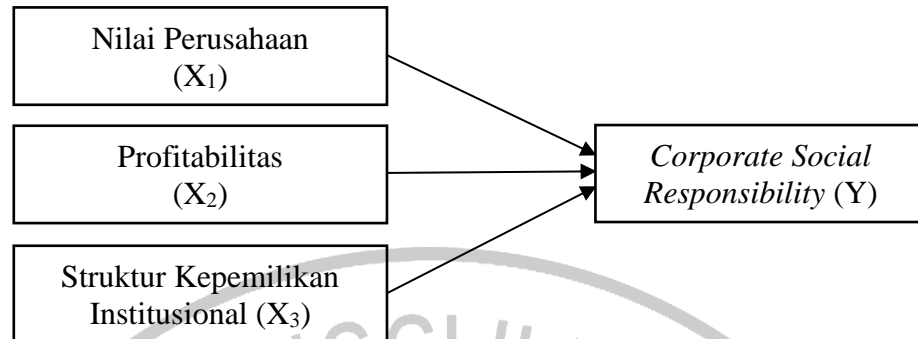
Menurut Wahyudi dan Pawestri (2006), kepemilikan institusional adalah proporsi ekuitas yang dimiliki oleh pemilik institusional dan pemegang saham utama pada akhir tahun. Institusi tersebut adalah perusahaan investasi, bank, perusahaan asuransi atau institusi lain yang berbentuk seperti perusahaan. Hubungan antara teori *stakeholder* dan kepemilikan institusional adalah bahwa semua perusahaan yang terdaftar di

BEI dan sudah tercatat di BEI adalah perusahaan yang sahamnya dimiliki publik sebagian besar. Oleh karena itu, perusahaan harus secara otomatis melaporkan semua aktivitas dan kondisi perusahaan kepada publik agar publik dapat mengetahui keadaan perusahaan dari pemegang saham. Menurut Subramanyam dkk (2014) kepemilikan institusional mengisyaratkan adanya sejumlah hak dan kewajiban akibat kepemilikan sekuritas dalam sebuah perusahaan dengan mengatasnamakan institusi. Keberadaan investor yang mengatasnamakan institusi ditujukan untuk meningkatkan kemampuan perusahaan untuk mengungkapkan *corporate social responsibility*.

Penelitian Khodadaddi et al. (2010) menunjukkan adanya hubungan yang positif antara kepemilikan institusional dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi struktur kepemilikan institusional maka semakin tinggi tingkat pengungkapan *corporate social responsibility*.

H₃ : Jika semakin tinggi struktur kepemilikan institusional maka akan semakin tinggi tingkat pengungkapan *corporate social responsibility*.

2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

H₁ : Jika semakin tinggi nilai perusahaan maka akan semakin tinggi tingkat pengungkapan *corporate social responsibility*.

H₂ : Jika semakin tinggi profitabilitas maka akan semakin tinggi tingkat pengungkapan *corporate social responsibility*.

H₃ : Jika semakin tinggi struktur kepemilikan institusional maka akan semakin tinggi tingkat pengungkapan *corporate social responsibility*.