

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini didasarkan pada hasil penelitian sebelumnya yang mengambil topik mengenai pengaruh kepemilikan manajerial, komisaris independen, *size* dan profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* :

2.1.1 Penelitian Santiso & Chandra (2012)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, umur perusahaan, dan proporsi dewan komisaris independen terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2008 sampai dengan 2010. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis linear berganda. Hasil dari penelitian menyatakan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan, komisaris independen berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan, *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu :

- a. Variabel independen yang digunakan yaitu profitabilitas, ukuran perusahaan dan dewan komisaris independen.

- b. Variabel dependen yang digunakan yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR).
- c. Sampel yang digunakan adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah :

- a. Variabel yang digunakan penelitian sekarang ditambahkan, kepemilikan manajerial.
- b. Periode yang digunakan pada penelitian sekarang yaitu periode 2013-2018, sedangkan penelitian terdahulu pada periode 2008-2010.

2.1.2 Penelitian Damayanti (2017)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG), profitabilitas, *size*, dan likuiditas terhadap pengungkapan CSR. *Good Corporate Governance* (GCG) diukur menggunakan komisaris independen, kepemilikan manajerial, dan kepemilikan institusional. Sampel yang digunakan adalah perusahaan manufaktur Indonesia pada periode 2012-2015. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan *multiple regression analysis* (MRA). Adapun hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan institusional, profitabilitas, dan *size* berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan kepemilikan manajerial dan dewan komisaris independen tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu :

- a. Variabel independen yang digunakan adalah kepemilikan manajerial, dewan komisaris independen, *size* dan profitabilitas.
- b. Variabel dependen yang digunakan yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR).
- c. Sampel yang digunakan adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah :

- a. Periode yang digunakan pada penelitian sekarang yaitu periode 2013-2018, sedangkan penelitian terdahulu pada periode 2012-2015.

2.1.3 Penelitian Nurkhin (2010)

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan mekanisme *corporate governance*, profitabilitas dan pengungkapan CSR yang melibatkan *corporate size* sebagai variabel kendali. Sampel yang digunakan peneliti adalah Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia tahun 2007. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa komposisi dewan komisaris independen, profitabilitas, dan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu :

- a. Variabel independen yang digunakan adalah dewan komisaris independen, profitabilitas, dan *size*.
- b. Variabel dependen yang digunakan yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah :

- a. Variabel yang digunakan penelitian sekarang ditambahkan, kepemilikan manajerial.
- b. Periode yang digunakan pada penelitian sekarang yaitu periode 2013-2018, sedangkan penelitian terdahulu pada periode 2007.
- c. Pada penelitian sekarang pengambilan sampel pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, sedangkan penelitian terdahulu perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia.

2.1.4 Penelitian Dewi & Keni (2013)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh umur perusahaan, profitabilitas, ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sampel dari penelitian ini adalah 105 data perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2009-2011. Teknik yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis regresi berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu :

- a. Variabel independen yang digunakan adalah profitabilitas, dan ukuran perusahaan.
- b. Variabel dependen yang digunakan yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR).

- c. Teknik analisis yang digunakan analisis deskriptif dan analisis regresi berganda.
- d. Sampel yang digunakan adalah perusahaan manufaktur.

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah :

- a. Variabel yang digunakan penelitian sekarang ditambahkan, kepemilikan manajerial dan dewan komisaris independen.
- b. Periode yang digunakan pada penelitian sekarang yaitu periode 2013-2018, sedangkan penelitian terdahulu pada periode 2009-2011.

2.1.5 Penelitian Putri (2017)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh ukuran, profitabilitas, *leverage*, likuiditas dan kepemilikan berbasis perusahaan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Sampel dari penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2012-2014. Teknik analisis yang digunakan analisis deskriptif dan analisis regresi berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas, dan basis kepemilikan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Namun, *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu :

- a. Variabel independen yang digunakan yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas, dan basis kepemilikan.
- b. Variabel dependen yang digunakan yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR).

- c. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan analisis regresi berganda.

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah :

- a. Variabel yang digunakan penelitian sekarang ditambahkan, kepemilikan manajerial dan komisaris independen.
- b. Sampel yang digunakan pada penelitian sekarang yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI, sedangkan penelitian terdahulu adalah perusahaan pertambangan.
- c. Periode yang digunakan pada penelitian sekarang yaitu periode 2013-2018, sedangkan penelitian terdahulu pada periode 2012-2014.

2.1.6 Penelitian Edison (2017)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengukur besarnya pengaruh struktur kepemilikan asing, kepemilikan institusional, dan kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan CSR. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah perusahaan sektor utama yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2013-2014. Teknik analisis yang digunakan analisis regresi berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kepemilikan asing, kepemilikan institusional, dan kepemilikan manajerial berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu :

- a. Variabel independen yang digunakan yaitu kepemilikan manajerial.
- b. Variabel dependen yang digunakan yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR).

- c. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis regresi berganda.

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah :

- a. Sampel yang digunakan pada penelitian sekarang yaitu perusahaan manufaktur sedangkan, pada penelitian terdahulu perusahaan sektor utama yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
- b. Periode yang digunakan pada penelitian sekarang yaitu periode 2013-2018, sedangkan penelitian terdahulu pada periode 2013-2014.

2.1.7 Penelitian Giannarkis (2014)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara tata kelola perusahaan dan karakteristik keuangan dan sejauh mana pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di Amerika Serikat. Sampel yang digunakan pada penelitian ini 100 perusahaan dari daftar *fortune* 500 di Amerika Serikat melalui prosedur acak untuk tahun yang berakhir 2011. Sampel didasarkan pada perusahaan berukuran besar, karena diharapkan untuk mengintegrasikan inisiatif yang bertanggung jawab secara sosial, dan lebih mungkin untuk menemukan data perusahaan dan *database online* dalam kaitannya dengan CSR. Teknik analisis yang digunakan analisis regresi berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* sedangkan, *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu :

- a. Variabel independen yang digunakan yaitu ukuran perusahaan dan profitabilitas.

- b. Variabel dependen yang digunakan yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR).
- c. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis regresi berganda.

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah :

- a. Variabel yang digunakan penelitian sekarang ditambahkan, kepemilikan manajerial dan dewan komisaris independen.
- b. Sampel yang digunakan pada penelitian sekarang yaitu manufaktur yang terdaftar di BEI. Namun, pada penelitian terdahulu didasarkan pada perusahaan berukuran besar, karena diharapkan untuk mengintegrasikan inisiatif yang bertanggung jawab secara sosial, dan lebih mungkin untuk menemukan data perusahaan dan *database online* kaitannya dengan CSR.
- c. Periode yang digunakan pada penelitian sekarang yaitu periode 2013-2018, sedangkan penelitian terdahulu pada periode 2011.

TABEL 2. 1
MAPPING PENELITIAN TERDAHULU

Nama Peneliti (Tahun)	Tujuan Penelitian	Variabel	Sampling	Teknis Analisis	Hasil Penelitian
Santioso & Chandra (2012)	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, <i>leverage</i> , umur perusahaan, dan proporsi dewan komisaris independen terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan	Variabel Dependen : <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Variabel Independen : Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , Umur Perusahaan, dan Proporsi Dewan Komisaris Independen	45 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2008 sampai dengan 2010	Analisis Deskriptif dan Analisis Regresi Berganda	A. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan B. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan C. Komisaris Independen berpengaruh positif signifikan
Damayanti, (2017)	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> (GCG), profitabilitas, <i>size</i> , dan likuiditas terhadap pengungkapan CSR	Variabel Dependen : <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Variabel Independen : Komisaris Independen, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Profitabilitas, <i>Size</i> , dan Likuiditas	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2012-2015	Analisis Deskriptif dan Analisis Uji Statistik (MRA)	A. Kepemilikan Institusional berpengaruh positif signifikan B. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan C. <i>Size</i> berpengaruh positif signifikan D. Kepemilikan Manajerial berpengaruh negatif tidak signifikan E. Komisaris Independen berpengaruh positif tidak signifikan
Nurkhin (2010)	Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan mekanisme corporate governance, profitabilitas dan	Variabel Dependen : <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Variabel Independen :	Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia tahun 2007	Analisis Deskriptif dan Analisis Regresi Berganda	A. Komposisi dewan komisaris independen berpengaruh positif signifikan B. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan C. Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan

	pengungkapan CSR yang melibatkan <i>corporate size</i> sebagai variabel kendali	Kepemilikan Institusional, Dewan komisaris independen, Profitabilitas, dan Ukuran perusahaan			
Dewi & Keni (2013)	Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh umur perusahaan, profitabilitas, ukuran perusahaan dan <i>leverage</i> terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan	Variabel Dependen : <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Variabel Independen : Umur perusahaan, Profitabilitas, Ukuran perusahaan, dan <i>Leverage</i>	105 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2009-2011	Analisis Deskriptif dan Analisis Regresi Berganda	A. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan B. Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan
Putri (2017)	Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh ukuran, profitabilitas, <i>leverage</i> , likuiditas dan kepemilikan berbasis perusahaan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan	Variabel Dependen : <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Variabel Independen : Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Likuiditas, dan Basis Kepemilikan	Perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2012-2014	Analisis Deskriptif dan Analisis Regresi Berganda	-Ukuran perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas, dan Basis kepemilikan berpengaruh positif signifikan
Edison (2017)	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengukur besarnya pengaruh struktur kepemilikan asing, kepemilikan institusional, dan kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan CSR	Variabel Dependen : <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Variabel Independen : Struktur Kepemilikan Asing, Kepemilikan Institusional, dan Kepemilikan Manajerial	Perusahaan sektor utama yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2014	Analisis Regresi Linear Berganda	-Kepemilikan Asing, Kepemilikan Institusional, dan kepemilikan manajerial berpengaruh positif signifikan
Giannarakis (2014)	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui	Variabel Dependen : <i>Corporate Social</i>	Sampel terdiri dari 100 perusahaan dari daftar	Analisis Regresi Berganda	-Profitabilitas berpengaruh positif signifikan -Ukuran Perusahaan berpengaruh positif

	<p>hubungan antara tata kelola perusahaan dan karakteristik keuangan dan sejauh mana pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di Amerika Serikat</p>	<p><i>Responsibility (CSR)</i></p> <p>Variabel Independen : Ukuran, <i>Leverage</i> keuangan, Profitabilitas, Dualitas CEO, Ukuran papan, Rapat dewan, Usia rata-rata dewan direksi, <i>Woman on Board</i>, Komposisi papan, dan Komitmen CSR</p>	<p>fortune 500 di Amerika Serikat melalui prosedur acak tahun 2011. Sampel didasarkan pada perusahaan berukuran besar, untuk mengintegrasikan inisiatif yang bertanggung jawab secara sosial dan <i>database online</i> kaitannya dengan CSR</p>	<p>signifikan</p>
--	---	--	--	-------------------

2.2 Landasan Teori

Landasan teori merupakan teori dasar yang dapat digunakan untuk sebuah penelitian. Pada penelitian ini dapat digunakan sebagai konsep dasar mengenai pengungkapan *corporate social responsibility* dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*, serta teori-teori yang mendukung pada penelitian ini :

2.2.1 *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate social responsibility merupakan suatu komitmen perusahaan dalam memberikan kontribusi sukarela jangka panjang pada masalah tertentu di masyarakat atau lingkungan untuk menciptakan lingkungan yang lebih baik. Perusahaan yang terlibat dalam tanggung jawab sosial tidak hanya meningkatkan kepuasan para pemangku kepentingan, tetapi juga memiliki dampak positif pada *image* perusahaan. *Corporate social responsibility* juga berkaitan antara perusahaan dengan semua *stakeholders*, yang didalamnya ada *customer*, pegawai, pemilik, investor, pemerintah, *supplier* ataupun kompetitor. Putri (2017) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial adalah sebuah pendekatan yang mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis perusahaan dan dalam interaksi dengan pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan.

Menurut Nurkhin (2010) tanggung jawab sosial perusahaan merupakan sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan oleh tanggung jawab *single bottom line* yang hanya dilihat dari kondisi keuangannya saja tetapi pada

triple bottom line yang harus dapat memperhatikan masalah sosial dan lingkungan.

Beberapa teori yang melandasi dalam pengungkapan *corporate social responsibility* yaitu teori *stakeholders* dan teori kontrak sosial.

1. Teori Stakeholders

Menurut Chariri dan Ghozali (2007), Teori *stakeholders* merupakan teori yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun dapat memberikan manfaat bagi seluruh *stakeholders* (pemegang saham, kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, dan pihak lain). Tujuan utama dalam teori *stakeholders* adalah untuk membantu manajemen perusahaan dalam meningkatkan penciptaan nilai sebagai dampak dari aktifitas yang dilakukan dan meminimalkan kerugian yang mungkin muncul bagi para *stakeholders*. Kelompok *stakeholders* inilah nantinya menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen perusahaan dalam mengungkap atau tidak suatu informasi dalam laporan perusahaan. Hal demikian, maka keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholders* kepada perusahaan.

Menurut Dewi dan Keni (2013) tanggungjawab perusahaan tidak hanya ditujukan kepada para pemegang saham tetapi juga tanggungjawab terhadap para *stakeholders*. Maka dari itu, orientasi perusahaan yang selama ini berfokus pada memaksimalkan laba perlu ditimbang kembali mengingat dalam jangka pendek, laba yang maksimal menunjukkan keberhasilan perusahaan tetapi saat

jangka panjang juga dapat menimbulkan masalah bagi perusahaan karena adanya penolakan dari para *stakeholders*.

2. Teori Kontrak Sosial (*Social Contract Theory*)

Teori kontrak sosial menyatakan bahwa keberadaan perusahaan dalam suatu area karena didukung secara politis dan dijamin oleh regulasi pemerintah serta parlemen yang merupakan representasi dari masyarakat. Adanya interelasi dalam kehidupan sosial masyarakat agar terjadi keselarasan, keserasian, dan keseimbangan termasuk dalam lingkungan. Perusahaan yang memiliki kesamaan tujuan dan berusaha untuk mencapai tujuan secara bersama adalah bagian dari masyarakat dalam lingkungan yang lebih besar. Keberadaannya sangat ditentukan oleh masyarakat, dimana antara keduanya saling mempengaruhi. Oleh karena itu, untuk mencapai keseimbangan *equality*, diperlukan suatu kontrak sosial (*social contract*) baik secara eksplisit maupun implisit sehingga terjadi kesepakatan yang akan memberikan perlindungan terhadap kepentingannya (Nor Hadi, 2011: 87-95).

Pada penelitian ini *corporate social responsibility* dapat diukur menggunakan beberapa indikator dalam *Global Reporting Initiative* (GRI). GRI adalah suatu organisasi non profit yang mempromosikan suatu konsep *economic sustainability* dan *sustainability reporting*. Standar GRI meliputi empat aspek, yaitu aspek ekonomi, aspek hak asasi manusia, aspek masyarakat, dan aspek tanggung jawab produk. Pengukuran CSR terdapat 91 indikator berdasarkan G4. Pada website www.globalreporting.org

Indikator beberapa penelitian untuk mengukur indeks pengungkapan tanggung jawab sosial adalah sebagai berikut :

Santioso dan Chandra (2012) tanggung jawab sosial diukur dengan menggunakan *corporate social responsibility disclosure index*. Indikator pengungkapan tanggung jawab mencakup lingkungan, produk, energi, kesehatan, keselamatan kerja, dan keterlibatan masyarakat umum. Pendekatan ini menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor dalam setiap perusahaan. Rumus perhitungan CSRDI :

$$CSRDI = \frac{\sum X_{ij}}{91} \dots\dots(1)$$

Keterangan :

CSRDI = *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan.

X_{ij} = Jumlah informasi yang diungkapkan pada setiap indikator.

3. Teori Agensi

Teori agensi sebagai agen dari suatu prinsipal yang mewakili seluruh kelompok yang berkepentingan dengan perusahaan. Para manajer diberikan kekuasaan oleh pemilik perusahaan untuk membuat suatu keputusan dimana dapat menciptakan potensi konflik kepentingan yang dikenal sebagai teori keagenan (*agency theory*), berdasarkan teori tersebut manajer berusaha memenuhi kepentingan *stakeholders* dengan cara mengungkapkan pertanggungjawaban sosial dalam perusahaan. Para *stakeholders* akan merasa puas jika perusahaan

yang mereka investasikan di dalamnya mengungkapkan pertanggung jawaban sosial yang dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat (Putri, 2017).

Hubungan keagenan terkadang menimbulkan masalah antara manajer dengan pemegang saham. Konflik yang terjadi karena terkadang masyarakat adalah makhluk ekonomi yang mempunyai sifat dasar dalam mementingkan kepentingan diri sendiri, pemegang saham dan manajer memiliki tujuan yang berbeda dan masing-masing menginginkan tujuan yang terpenuhi. Akibat yang terjadi adalah munculnya konflik kepentingan. Pemegang saham menginginkan pengembalian yang lebih besar dan secepat-cepatnya atas investasi yang mereka tanamkan sedangkan manajer menginginkan kepentingannya diakomodasi dengan pemberian kompensasi yang sebesar-besarnya atas kinerja dalam menjalankan perusahaan (Siagian 2011;10).

Teori agensi menjelaskan bahwa komisaris independen merupakan komponen pengawas tertinggi dalam perusahaan yang dapat meningkatkan fungsi pengawasan, sehingga konflik kepentingan antara agen dan prinsipal dapat dikurangi dengan adanya pengawasan yang tepat dari komisaris independen.

4. Teori Legitimasi

Teori legitimasi didefinisikan sebagai suatu pemikiran mengenai kontrak sosial yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat. Berdasarkan teori ini, sebagai upaya perusahaan untuk diterima oleh masyarakat, pengungkapan aktifitas sosial perusahaan harus dilakukan perusahaan yang akan menjamin kelangsungan hidup. Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan kedepan. Hal ini juga

dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri ditengah lingkungan masyarakat yang semakin maju. Legitimasi adalah hal yang penting bagi organisasi, batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial dan reaksi terhadap batasan yang dapat mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan (Nor Hadi, 2011).

Pada teori legitimasi dimana perusahaan mendapat respon baik dari masyarakat karena perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi dianggap dapat membiayai aktifitas sosialnya (Wardani dan Januarti, 2013). Pada teori ini ukuran perusahaan sangat berhubungan karena perusahaan yang tergolong besar akan lebih luas dalam pengungkapan informasinya dan dapat mengurangi biaya-biaya yang ada dalam dalam biaya keagenan.

2.2.2 Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial adalah salah satu bentuk dari struktur kepemilikan. Meningkatkan kepemilikan manajerial dapat digunakan sebagai cara dalam mengatasi masalah keagenan antara *stakeholders* dengan manajemen. Untuk menjamin agar para manajer melakukan yang baik bagi para pemegang saham secara maksimal, maka perusahaan dapat memikirkan biaya keagenan, berupa :

1. Pembiayaan dalam struktur organisasi agar dapat mengantisipasi timbulnya perilaku yang tidak dikehendaki dalam perusahaan dan pembiayaan untuk memantau tindakan manajemen.

2. Biaya kesempatan akibat hilangnya dalam memperoleh laba karena dibatasinya kewenangan manajemen dalam mengambil keputusan secara tepat waktu.

Beberapa Indikator dalam menghitung kepemilikan manajerial :

Menurut Damayanti (2017) kepemilikan manajerial dapat dihitung dari presentase saham yang dimiliki oleh manajemen yaitu pihak-pihak yang terlibat langsung dalam pembuatan keputusan perusahaan. Kepemilikan manajerial dapat dihitung dengan jumlah saham yang dimiliki pihak manajemen (dewan komisaris, direksi, manajer) dengan rumus :

$$\text{Kepemilikan Manajerial} = \frac{\sum A}{\sum Z} \times 100\% \dots(2)$$

Keterangan :

$\sum A$ = Jumlah saham yang dimiliki pihak manajemen.

$\sum Z$ = Jumlah saham yang beredar.

Menurut Sukirni (2012) kepemilikan manajerial dapat diukur dengan menggunakan indikator jumlah presentase kepemilikan saham yang dimiliki oleh pihak manajemen dari seluruh jumlah modal saham yang beredar.

2.2.3 Komisaris Independen

Komisaris Independen diperlukan untuk meningkatkan independensi komisaris independen terhadap pemilik saham mayoritas sehingga dapat mementingkan kepentingan perusahaan dibanding kepentingan lainnya (Damayanti, 2017). Menurut Teori agensi berkaitan erat antara perusahaan dengan *stakeholders* dan eksistensi perusahaan tidak akan berjalan jika tidak ada dukungan *stakeholders*

perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa indikator dalam pengukuran komisaris independen :

Penelitian Santioso dan Chandra (2012) komisaris independen diukur dengan rasio antara jumlah anggota dewan komisaris independen dibandingkan dengan total anggota dewan komisaris independen dalam suatu perusahaan.

Pada penelitian Damayanti (2017) komisaris independen dapat diukur dengan rumus :

$$\text{Komisaris Independen} = \frac{\sum \text{Komisaris independen}}{\sum \text{Dewan komisaris}} \times 100 \quad \dots(3)$$

2.2.4 *Size* (Ukuran Perusahaan)

Menurut Damayanti (2017) *size* merupakan skala untuk mengklasifikasikan besar kecilnya entitas bisnis. Skala ukuran perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan. Ukuran perusahaan juga dapat dilihat dari seberapa besar aktiva yang dimiliki baik aktiva lancar maupun aktiva yang dimiliki, baik aktiva lancar maupun tidak lancar. Ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya aset yang dimiliki oleh perusahaan (Rahman dan Widyasari 2008).

Indikator dalam mengukur *size* dalam perusahaan :

Penelitian Putri (2017) di cerminkan dengan Ln total aset, untuk mengurangi perbedaan yang signifikan antara perusahaan besar ukuran perusahaan kecil sehingga data total aset dapat terdistribusi normal.

$$\text{Ukuran perusahaan} = \text{Log Natural (Total Asset)} \quad \dots(4)$$

2.2.5 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba untuk meningkatkan nilai pemegang saham. Menurut Untari (2010) profitabilitas merupakan faktor yang memberikan suatu kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen dalam mengungkapkan pertanggungjawaban sosial pada pemegang saham. Profitabilitas dapat digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk memperoleh profit yang terkait dengan pengelolaan manajemen perusahaan (Damayanti, 2017). Semakin tinggi profitabilitas perusahaan menunjukkan bahwa kinerja perusahaan akan semakin baik. Hubungan antara pengungkapan CSR dan profitabilitas perusahaan dapat dilihat dari pendapatan laba yang diperoleh perusahaan. Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur profitabilitas : Pada penelitian Damayanti (2017), Nurkhin (2010) dan Santioso dan Chandra (2012) menyatakan profitabilitas dapat diukur dengan rumus :

1. *Return On Equity (ROE)*

Rasio ini dapat mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri yang dimiliki perusahaan.

$$ROE = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Ekuitas}} \times 100\% \quad \text{.....(5)}$$

2. *Return On Assets (ROA)*

Rasio ini dapat mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih setelah pajak dengan menggunakan aset yang dimiliki perusahaan.

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\% \quad \text{.....(6)}$$

3. *Gross Profit Margin (GPM)*

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba kotor dengan penjualan yang diperoleh perusahaan

$$\text{GPM} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\% \quad \text{.....(7)}$$

4. *Net Profit Margin (NPM)*

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih setelah pajak dari penjualan yang diperoleh perusahaan.

$$\text{NPM} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\% \quad \text{....(8)}$$

5. *Operating Profit Margin (OPM)*

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih sebelum pajak dengan penjualan yang diperoleh perusahaan.

$$\text{OPM} = \frac{\text{Laba Operasional}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\% \quad \text{....(9)}$$

2.2.6 Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Kepemilikan manajerial adalah presentase saham yang dimiliki oleh manajemen yaitu pihak-pihak yang terlibat langsung dalam pembuatan keputusan perusahaan (dalam hal ini antara lain dewan komisaris, direksi, dan manajer) dibagi dengan jumlah saham yang beredar. Meningkatkan kepemilikan manajerial dapat digunakan sebagai cadangan untuk mengatasi masalah keagenan dan juga menyelaraskan kepentingan antara *stakeholders* dengan manajemen (Damayanti, 2017).

Pada teori agensi ketika pemilik atau manajer mendelegasikan otoritas pengambilan keputusan pada pihak lain, terdapat hubungan keagenan antar kedua pihak. Hubungan keagenan, seperti hubungan antara pemegang saham dengan manajer, akan efektif selama manajer mengambil keputusan investasi yang konsisten dengan pemegang saham. Namun, ketika kepentingan manajer berbeda dengan kepentingan pemilik maka keputusan yang diambil oleh manajer kemungkinan besar mencerminkan prioritas manajer dibandingkan dengan pemegang saham.

Kepemilikan manajerial sangat penting bagi suatu perusahaan, dengan adanya kepemilikan manajerial akan menimbulkan tanggung jawab sosial yang tinggi dengan kepemilikan manajerial yang meningkat. Kepemilikan oleh manajemen yang besar akan efektif dalam melaksanakan aktifitas perusahaan. Semakin besar proporsi kepemilikan saham manajemen, maka cenderung akan berusaha lebih giat untuk kepentingan pemegang saham yang tidak lain adalah diri sendiri.

Kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, jika semakin tinggi tingkat kepemilikan manajerial maka semakin tinggi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan yang memiliki manajemen sebagai pemegang saham akan memikirkan kesejahteraan para pemegang saham sehingga manajemen akan bertindak lebih objektif dengan melakukan peningkatan pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih luas. Perusahaan tidak hanya memiliki tanggung jawab kepada para pemegang saham saja tetapi juga memiliki tanggung jawab kepada pihak lain yang berkepentingan dalam sebuah perusahaan seperti pelanggan, komunitas, pegawai, investor,

supplier dan kompetitor. Penerapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat dilakukan tidak hanya berfokus terhadap finansialnya saja tetapi juga dilihat dari dimensi sosial dan lingkungan, selain mengejar profit perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat dalam pemenuhan kesejahteraan masyarakat dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan hidup. Kepedulian masyarakat global pada produk atau barang yang ramah lingkungan dan diproduksi dengan memperhatikan kaidah sosialnya. Tanggung jawab sosial perusahaan terjadi antara perusahaan dengan semua *stakeholders* dalam hal ini, selain memberikan keuntungan bagi para pemegang saham, suatu perusahaan juga memiliki tanggung jawab terhadap pihak lain seperti pemerintah, konsumen, dan masyarakat. Penelitian yang dilakukan oleh Edison (2017) menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Damayanti (2017) menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

2.2.7 Pengaruh Komisaris Independen terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Komisaris independen merupakan anggota komisaris yang berasal dari luar perusahaan (tidak memiliki hubungan afiliasi dengan perusahaan) yang dipilih secara transparan dan independen, memiliki integritas dan kompetensi yang memadai, bebas dari pengaruh yang berhubungan dengan kepentingan pribadi atau pihak lain, serta dapat bertindak secara objektif dan independen dengan

berpedoman pada prinsip-prinsip *good corporate governance* (*transparency, accountability, responsibility, independency, fairness*) (Damayanti, 2017).

Teori agensi menjelaskan bahwa komisaris independen merupakan komponen pengawas tertinggi dalam perusahaan yang dapat meningkatkan fungsi pengawasan, sehingga konflik kepentingan antara agen dan prinsipal dapat dikurangi dengan adanya pengawasan yang tepat dari komisaris independen. Komisaris independen tidak hanya melindungi kepentingan sahamnya namun juga kepentingan semua pemangku kepentingan. Salah satunya adalah pengungkapan perusahaan merupakan suatu keputusan strategis dalam mempertimbangkan. Pemantauan, pengendalian, dan pelaporan perusahaan dipengaruhi dari ukuran komisaris independen. Salah satu cara dalam mengelola secara efektif maka dapat dilakukan menekan tim manajemen untuk menyampaikan masalah tanggung jawab sosial perusahaan.

Komisaris independen berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* semakin besar independensi komisaris independen, maka pengungkapan CSR juga akan semakin besar. Kemampuan komisaris independen dalam mengambil keputusan dalam rangka melindungi seluruh pemangku kepentingan dan mampu melakukan pengawasan semakin objektif. Penelitian yang dilakukan oleh Santioso dan Chandra (2012) dan Nurkhin (2010) komisaris independen berpengaruh positif signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Namun penelitian yang dilakukan oleh Damayanti (2017) bahwa komisaris independen tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

2.2.8 Pengaruh *Size* terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Size adalah suatu ukuran atau skala yang menggambarkan besar kecilnya perusahaan berdasarkan nilai pasar, total pendapatan, volume penjualan dan lain-lain. Pada teori legitimasi ukuran perusahaan ini sangat berhubungan karena perusahaan yang tergolong besar akan lebih luas dalam pengungkapan informasinya dan dapat mengurangi biaya-biaya yang ada dalam biaya keagenan.

Menurut logika yang bisa diambil bahwa jika semakin tinggi *size* perusahaan maka pengungkapan CSR juga akan semakin tinggi karena semakin baik tingkat kualitas laporan keuangan yang dilampirkan maka akan semakin meyakinkan pihak eksternal dalam melihat kinerja keuangan perusahaan dan pastinya pihak-pihak yang berhubungan dengan perusahaan juga akan merasa puas.

Size berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility* menurut Putri (2017) bahwa secara umum dilihat dari beberapa teori perusahaan besar cenderung mengungkapkan informasi lebih banyak dan lebih luas dibandingkan dengan perusahaan kecil artinya bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka akan menyebabkan semakin besar manajemen laba. Penelitian yang dilakukan oleh Santioso dan Chandra (2012), Damayanti (2017), Nurkhin (2010), Dewi dan Keni (2013), Putri (2017) dan Giannarakis (2014) menyatakan *size* berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

2.2.9 Pengaruh Profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Sartono (2010:19) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Yuliana *et al.* (2008:252) menyatakan bahwa tingkat profitabilitas mendorong manajer untuk memberikan informasi yang lebih lengkap termasuk dalam keleluasaan dan kebebasan untuk menunjukkan dan mempertanggungjawabkan seluruh program sosialnya. Hal ini dapat disebabkan manajer ingin meyakinkan investor akan profitabilitas perusahaan.

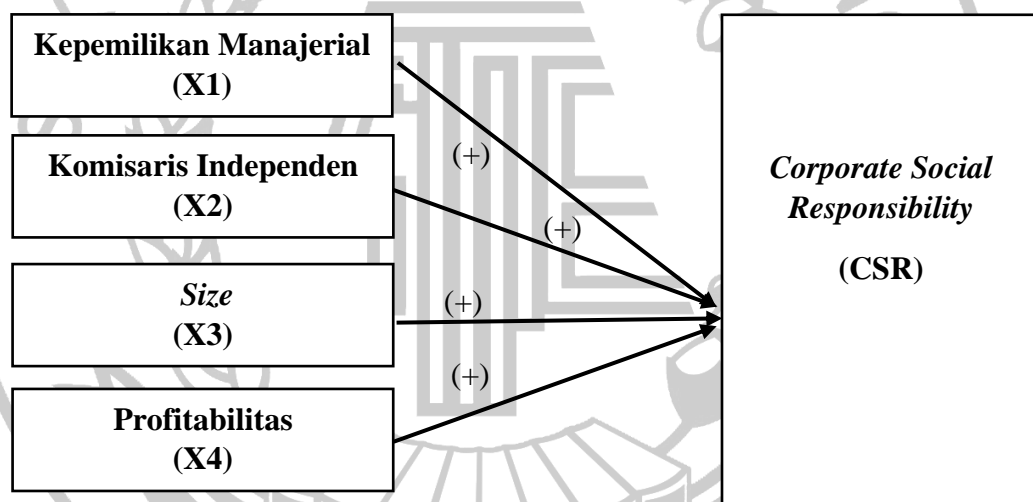
Pada teori legitimasi dimana perusahaan mendapat respon baik dari masyarakat karena perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi dianggap dapat membiayai aktifitas sosialnya (Wardani dan Januari, 2013).

Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* jika semakin tinggi tingkat profitabilitas, maka semakin tinggi pula tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, karena profitabilitas perusahaan yang tinggi dapat mengatasi timbulnya biaya-biaya atas pengungkapan tanggung jawab sosialnya. Hal ini berdampak profitabilitas memiliki hubungan positif dengan pengungkapan CSR karena perusahaan tidak ingin laba berkurang adanya biaya yang timbul oleh pengungkapan CSR (Damayanti, 2017). Penelitian yang dilakukan oleh Santioso dan Chandra (2012), Damayanti (2017), Nurkhin (2010), Dewi dan Keni (2013), Putri (2017) dan Giannarakis (2014) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

2.3 Kerangka Penelitian

Menurut Abdul Hamid (2012 : 120), kerangka penelitian merupakan sintesa dari serangkaian teori yang tertuang dalam tinjauan pustaka, pada dasarnya merupakan gambaran sistematis dari kinerja teori dalam memberikan solusi atau alternatif solusi dari serangkaian masalah yang ditetapkan.

Berdasarkan pada penjelasan pada sub bab sebelumnya, maka dapat dikaitkan antara kepemilikan manajerial, komisaris independen, *size*, dan profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dengan kerangka pemikiran sebagai berikut:



GAMBAR 2. 1

KERANGKA PENELITIAN

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan permasalahan, penelitian terdahulu, landasan teori, dan kerangka pemikiran didapatkan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H1 : Kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

H2 : Komisaris independen berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

H3 : *Size* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

H4 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

H5 : Kepemilikan Manajerial, komisaris independen, *size* dan profitabilitas berpengaruh simultan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

