

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Landasan Teori

##### 1. *Stakeholders Theory*

Perkembangan bisnis pada era modern telah menuntut perusahaan agar lebih memperdulikan para pemangku kepentingan yang tidak hanya pada pemegang saham. Hal ini tidak hanya mengacu pada tuntutan etis namun juga diharapkan dapat mendatangkan manfaat ekonomis serta menjaga keberlangsungan bisnis para perusahaan. Istilah *stakeholder* pertama kali dipublikasikan oleh *Stanford Research Institute* (RSI) pada tahun 1963 yang kemudian oleh Freeman (1984) mengembangkan teori eksposisi tentang stakeholder pada tahun 1984 yang tertuang dalam karyanya dengan judul *Strategic Management: A Stakeholder Approach*.

Freeman (1984: 25) menuliskan definisi stakeholder sebagai “*any group or individual who can affect or be affected by the achievement of an organization’s objective.*” Definisi tersebut menjelaskan bahwa *stakeholder* merupakan kelompok ataupun individu yang dapat mempengaruhi maupun dipengaruhi melalui proses pencapaian tujuan dari suatu organisasi yang

merupakan dampak dari kegiatan operasional perusahaan. Pengertian tersebut juga menyangkut terhadap masalah kelangsungan hidup perusahaan (*going concern*), dimana hal ini berbeda dengan perspektif teori keagenan yang cenderung berorientasi pada maksimalisasian kepentingan masing-masing pihak, sedangkan teori *stakeholders* sendiri berupaya untuk menghubungkan faktor-faktor eksternal yang berhubungan dengan upaya pencapaian tujuan perusahaan. Hubungan yang baik dapat meningkatkan reputasi perusahaan yang memiliki tanggung jawab secara sosial dan menjamin keberlanjutan (*sustainability*) perusahaan.

Chariri dan Ghazali (2007: 32) menjelaskan bahwa perusahaan tidak hanya sebagai entitas yang hanya beroperasi dalam mengutamakan kepentingannya sendiri akan tetapi diwajibkan agar memberikan manfaat bagi para *stakeholder*-nya (yang dimaksud yakni *shareholders*, kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak yang lainnya). Penjelasan teori *stakeholder* dalam suatu perusahaan dapat diartikan bahwa kegiatan perusahaan dipengaruhi oleh berbagai macam faktor yang tak hanya dari dalam namun juga berbagai faktor dari luar perusahaan yang termasuk juga pada kategori kepedulian lingkungan dan sosial perusahaan yang kesemuanya tersebut diartikan sebagai *stakeholder*.

Perusahaan tidak dapat melepaskan diri dari lingkungan sosial sekitarnya, dan perusahaan tidak hanya bertanggung jawab terhadap para pemilik (*shareholders*) namun juga bertanggung jawab terhadap kondisi lingkungan serta masyarakat sekitar (*social responsibility*) sehingga tanggung jawab entitas dari yang hanya pada batasan indikator ekonomi (*economic focused*) menjadi bergeser untuk memperhitungkan faktor-faktor sosial (*social dimentions*) kepada *stakeholders* dari ruang lingkup eksternal maupun

internal sebab perusahaan wajib untuk menjaga legitimasi *stakeholders* dan menjadikannya sebagai kerangka kebijakannya dan pengambilan keputusan yang dapat mendukung pencapaian tujuan perusahaan dan menjamin keberlangsungan (*going concern*) perusahaan.

Kelangsungan hidup perusahaan pada hakekatnya sangat bergantung pada dukungan *stakeholder* yang dimiliki perusahaan dengan kata lain perusahaan perlu mencari dukungan tersebut karena semakin tinggi tingkat *powerfull stakeholder* perusahaan akan semakin besar usaha yang dilakukan perusahaan dalam beradaptasi. Dengan aktivitas pengungkapan sosial dapat dijadikan sebagai bagian dari dialog yang dilakukan antara perusahaan terhadap *stakeholder*-nya. Pengungkapan CSR dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam hal pencairan pendanaan yang dalam hal ini investor memiliki keinginan untuk berinvestasi terhadap perusahaan yang didasarkan pada kecenderungan memilih perusahaan dengan memiliki etika bisnis yang baik, seperti memberdayakan karyawan dengan baik, kepedulian terhadap dampak operasional pada lingkungan dan juga tanggung jawab sosialnya pada *stakeholder* berdasarkan asumsi bahwa perusahaan yang memiliki kemampuan komunikasi dengan baik dengan *stakeholder*, memiliki visi dan misi yang jauh kedepan dan dapat mengenali *warning signal*.

Dalam kaitan dengan penelitian yang menjelaskan adanya hubungan antara teori *stakeholder* dengan pengungkapan CSR beberapa diantaranya yakni penemuan yang telah diteliti oleh Rowley dan Berman (2000) yang menemukan bahwa *stakeholder environments* dan *institutional environments* memiliki berpengaruh positif dan berhubungan dengan pengungkapan CSR dan harga saham. Penelitian yang dilakukan

oleh Fiori *et al.* (2007) menyatakan bahwa pengungkapan yang dilakukan pada perusahaan yang berhubungan dengan tenaga kerja memiliki pengaruh yang positif terhadap harga saham dan dimensi *community* dalam CSR juga berdampak positif terhadap *stock return* meskipun tidak secara signifikan.

## 2. *Legitimacy Theory*

Perusahaan membutuhkan adanya pengakuan yang baik dari pihak luar seperti, investor, kreditor, konsumen, pemerintah dan juga masyarakat sekitar dengan senantiasa mengupayakan melakukan peningkatan return saham bagi para investor, dan upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan legitimasi masyarakat salah satunya dengan adanya aktivitas pertanggungjawaban sosial karena dengan adanya pengakuan legitimasi sosial yang diperoleh perusahaan akan dapat memaksimalkan kekuatan keuangannya dengan jangka waktu yang panjang.

Legitimasi terhadap masyarakat dapat dijadikan faktor strategis perusahaan yang ditujukan dalam mengembangkan perusahaan dimasa depan dengan mengonstruksi strategi di perusahaan yang terkait dalam upaya mempromosikan diri di tengah-tengah masyarakat yang semakin maju, adanya perubahan nilai dan norma dalam masyarakat yang menjadi konsekuensi dalam perkembangan peradaban manusia dapat dijadikan sebagai motivasi perubahan legitimasi pada perusahaan meskipun disisi lain juga dapat menjadi sebuah tekanan dalam mendapat capaian legitimasi perusahaan (Lindblom, 1994). Legitimasi dapat dikatakan sebagai sistem pengelolaan suatu perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan perusahaan terhadap masyarakat, pemerintah, individu dan kelompok masyarakat lainnya, oleh karenanya legitimasi yang merupakan sebuah

sistem yang mengedepankan keberpihakan pada segi sosial, maka operasi perusahaan pun harus kongruen atau sejalan dengan harapan yang diberikan oleh masyarakat.

Adanya legitimasi yang dirasakan semakin mengalami penggeseran yang setara pada adanya pergeseran di masyarakat dan lingkungan yang hal ini membuat perusahaan harus dapat menyeimbangkan adanya perubahan atau pergeseran tersebut baik pada metode, produk, dan tujuan karena legitimasi akan diperoleh apabila perusahaan mampu menyesuaikan antara adanya keberadaan perusahaan yang tidak mengganggu dan dapat memenuhi kriteria pada nilai eksistensi yang ada dalam masyarakat dan juga lingkungan, dan pada saat adanya pergeseran tersebut yang tidak diikuti dengan ketidaksesuaian pada saat tersebut, legitimasi perusahaan justru akan menjadi terancam. Dengan keadaan yang terancam tersebut perusahaan dapat memberikan solusi terkait strategi legitimasi yang dapat dilakukan dengan salah satu caranya yakni menggiatkan kegiatan tanggung jawab sosial dan juga memberikan pengungkapan terkait kegiatan tanggung jawab perusahaan terhadap sosial dan lingkungan atau disebut sebagai pengungkapan tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility disclosure*).

Harsanti (2011) menjabarkan adanya regulasi pada akuntansi yang membahas tentang pertanggungjawaban sosial di Indonesia telah diterbitkan oleh IAI pada PSAK No. 57. Akuntansi yang membahas tentang dampak lingkungan dari aktivitas perusahaan diatur dalam SAK. Dalam PSAK No.1 paragraf 9 telah menjelaskan penyajian tentang dampak lingkungan yang berisi aturan perusahaan untuk menyajikan laporan tambahan terkait lingkungan hidup. Dalam pengaturan pengungkapan dampak lingkungan, PSAK No. 1 dirasa belum dapat mengatur dengan tegas. Selain itu, perlakuan akuntansi terhadap dampak lingkungan juga diatur dalam PSAK No. 32 tentang Akuntansi

Kehutanan, untuk PSAK No. 33 membahas tentang Akuntansi Pertambangan Umum, oleh karenanya PSAK No. 32 dan 33 seharusnya sudah dapat mengatur perlakuan akuntansi lingkungan dengan memadai.

Penelitian pertama kali yang telah mencoba mengaitkan teori legitimasi terhadap perusahaan yang melakukan kebijakan pengungkapan sosial dilakukan oleh Hogner (1982) dan menemukan hasil bahwa adanya variasi tingkat pengungkapan sosial dan variasi tersebut dijadikan sebagai hal yang mewakili harapan masyarakat untuk mengubah perilaku perusahaan. Patten (1992) pada penelitiannya menunjukkan hasil adanya peningkatan pengungkapan lingkungan pada perusahaan minyak periode pasca 1989, penelitian tersebut konsisten pada perspektif legitimasi dimana pengungkapannya berlangsung pada seluruh industri meski insiden yang dimaksud berhubungan langsung dengan salah satu perusahaan minyak. Beberapa penelitian lain yang dilakukan oleh Gray *et al.* (1995), Deegan dan Rankin (1996), Deegan dan Gordon (1996), Brown dan Deegan (1998), Deegan *et al.* (2000), kesemuanya memiliki hasil yang sama dimana teori legitimasi merupakan teori yang tepat dalam menjelaskan hubungan dan alasan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) pada perusahaan.

### **3. Agency Theory**

Teori keagenan mendiskripsikan hubungan antara pemegang saham (*shareholders*) yang berperan sebagai prinsipal dan manajemen sebagai agen. Manajemen dalam hal ini merupakan pihak atau agen yang dikontrak oleh pihak pemegang saham agar dapat bekerjasama untuk dapat memenuhi kepentingan pemegang saham. Dikarenakan pihak manajemen telah dipilih oleh pemegang saham sehingga pihak manajemen harus mampu mempertanggungjawabkan segala aktivitas manajemen kepada pemegang saham.

Jensen dan Meckling (1976) mendefinisikan hubungan keagenan sebagai “*agency relationship as a contract under which one or more person (the principals) engage another person (the agent) to perform some service on their behalf which involves delegating some decision making authority to the agent*”. Definisi tersebut menjelaskan bahwa hubungan keagenan diartikan sebagai suatu kontrak dimana seseorang atau lebih memerintah pihak lain (agen) untuk melakukan suatu jasa atas nama prinsipal dan memberikan wewenang kepada agen dalam membuat keputusan terbaik kepada prinsipal. Apabila kedua belah pihak tersebut memiliki tujuan yang sama dalam memaksimalkan nilai perusahaan, maka pihak agen akan bertindak dengan benar sesuai dengan kepentingan prinsipal.

Dalam teori agensi terdapat masalah yang terjadi apabila kepemilikan manajer memiliki bagian atas saham perusahaan kurang dari seratus persen, oleh karenanya dengan proporsi kepemilikan yang hanya sebagian dari sekian saham perusahaan membuat manajer bertindak dalam mementingkan kepentingan pribadi dan tidak pada tujuan memaksimalkan perusahaan dan hal inilah yang akan mengakibatkan adanya biaya keagenan atau *agency cost*. Menurut Jensen dan Meckling (1976) mendefinisikan biaya keagenan sebagai jumlah dari banyaknya biaya yang dikeluarkan oleh prinsipal dalam melakukan pengawasan terhadap agen. Sehingga dapat dikatakan mustahil bagi perusahaan dalam memiliki *zero agency cost* untuk menjamin manajer dalam pengambilan keputusan yang optimal terhadap pandangan *shareholders* dikarenakan adanya perbedaan kepentingan yang besar diantara keduanya.

Perusahaan yang melakukan pengungkapan informasi tentang tanggung jawab sosial memiliki tujuan jangka panjang dalam membangun *image* atau citra positif dan

mendapatkan perhatian masyarakat terhadap perusahaan. Dalam melakukan pengungkapan informasi tanggung jawab sosial diperlukan adanya biaya, oleh karenanya nilai laba yang dilaporkan pada laporan tahunan pun menjadi lebih rendah. Dalam hal ini perusahaan yang sedang menghadapi biaya pengawasan serta biaya kontrak yang tinggi akan cenderung mengungkapkan informasi sosial, oleh karenanya informasi pengungkapan tanggung jawab sosial memiliki hubungan yang positif dengan kinerja sosial, sedangkan kinerja ekonomi dan visibilitas politis berhubungan negatif terhadap biaya pengawasan dan biaya kontrak (*agency cost*).

Dalam teori agensi, perusahaan dengan biaya pengawasan serta biaya kontrak yang rendah cenderung membuat perusahaan melaporkan laba bersih yang rendah atau mengeluarkan biaya untuk kepentingan manajemen yang salah satunya yakni biaya yang mampu meningkatkan reputasi perusahaan dimata masyarakat. Sebagai wujud pertanggungjawabannya, manajer yang sebagai agen berupaya memenuhi keinginan para prinsipal dengan melakukan pengungkapan *corporate social responsibility*. Pengungkapan CSR ini merupakan sinyal yang dapat mengalihkan perhatian pemegang saham dari berbagai macam isu, dan harga saham pasar modal akan meningkat seiring meningkatnya kepercayaan pemegang saham dari transparansi informasi yang diungkapkan perusahaan.

## **B. Tinjauan Pustaka**

### **1. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Pengungkapan tanggung jawab sosial dapat diartikan dengan suatu ketentuan informasi terkait finansial maupun non finansial yang berhubungan dengan lingkungan



dan organisasi perusahaan. Terdapat beberapa motivasi yang mendorong manajer untuk dapat mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan dengan sukarela, diantaranya:

1. Keinginan untuk mematuhi syarat yang terkandung dalam undang-undang.
2. Pertimbangan dalam rasionalitas ekonomis untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial yang memberikan keuntungan karena telah melakukan hal yang benar dan dapat dijadikan sebagai motivasi utama.
3. Keyakinan proses akuntabilitas untuk melaporkan, manajer berkeyakinan bahwa seseorang harus mendapatkan haknya dalam memperoleh informasi dan manajer tidak perlu mempedulikan biaya yang dibutuhkan untuk dapat menyajikan laporan atau informasi tersebut.
4. Memiliki keinginan untuk dapat memenuhi persyaratan pinjaman. Lembaga pemberi pinjaman yang menjadi bagian dari kebijakan manajemen resiko menginginkan agar pihak manajer memberikan informasi yang berisi tentang kinerja dan kebijakan aktifitas sosial dan lingkungan secara periodik.
5. Pemenuhan kontrak sosial dalam memenuhi kebutuhan masyarakat yang bergantung pada penyediaan informasi tentang kinerja sosial dan lingkungan.
6. Konsekuensi dari ancaman terhadap legitimasi perusahaan.
7. Berupaya mengatur kelompokmu *stakeholders* yang memiliki pengaruh yang kuat.
8. Berupaya mematuhi persyaratan industri tertentu.
9. Berupaya mendapat penghargaan atas pelaporan tertentu.

Alasan dan tujuan perusahaan dalam melakukan pengungkapan informasi sosial yaitu membangun *image* dan mendapat perhatian dari masyarakat meskipun laba

yang dilaporkan perusahaan pada tahun berjalan menjadi lebih rendah karena perusahaan mengeluarkan biaya untuk membuat dan menyajikan informasi sosial pada saat perusahaan sedang menghadapi biaya kontrak dan biaya pengawasan yang rendah serta visibilitas politis yang tinggi (Widayuni, *et al.*, 2014).

Peraturan yang membahas terkait tentang pengungkapan informasi tanggung jawab sosial dan lingkungan di Indonesia telah diatur didalam Undang-Undang No. 40 tahun 2007 Pasal 66 ayat 2c agar dalam laporan tahunan harus memuat laporan yang salah satunya berisi tentang pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, kemudian ada pula Lampiran Keputusan Ketua Bapepam Nomor KEP-134/BL/2006 yang mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan informasi terkait tata kelola perusahaan yang didalamnya termasuk uraian mengenai aktifitas dan juga biaya yang berkaitan dengan aktivitas tanggung jawab sosial dan lingkungan yang kemudian disempurnakan dengan Lampiran Keputusan Ketua Bapepam Nomor Kep-431/BL/2012.

Untuk badan yang mengeluarkan yang mengeluarkan pedoman dalam hal pengungkapan lingkungan hidup yakni *Global Reporting Initiative* (GRI) yang didalamnya berisi kriteria-kriteria atau standar GRI Indikator kinerja yang di bagi menjadi 3 komponen utama, yaitu ekonomi, lingkungan hidup, dan sosial yang mencakup hak azasi manusia, praktek ketenagakerjaan dan lingkungan kerja, tanggung jawab produk, dan masyarakat (Kristi, 2013).

## 2. *Leverage*

*Leverage* biasanya digunakan dalam mengukur kemampuan perusahaan dalam menggunakan asset dan sumber dana untuk memperbesar hasil pengembalian kepada pemiliknya. Dengan menilai dari segi leverage nantinya akan dapat mengindikasikan

keadaan perusahaan tersebut dikarenakan perusahaan yang memiliki nilai *leverage* yang tinggi mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut memiliki jumlah utang yang lebih banyak dari struktur modalnya.

Perusahaan dengan tingkat utang yang tinggi yang berarti jumlah utang yang ditanggung lebih besar dibandingkan dengan modal yang dimilikinya dan hal itu memicu adanya dampak atau kerugian antara lain:

- a. Semakin tinggi nilai rasio utang perusahaan maka resiko yang dimiliki juga semakin besar dikarenakan semakin tinggi biaya tetap atau bunganya.
- b. Apabila perusahaan mengalami kesulitan dalam keuangan dan operating income nya tidak mencukupi untuk menutup beban bunga tersebut nantinya akan berpengaruh pada kemungkinan terjadinya kebangkrutan.

*Leverage* memiliki arti penting bagi perusahaan karena leverage dapat memberikan dampak terhadap profitabilitas, sehingga semakin tinggi tingkat leverage suatu perusahaan akan berdampak pada munculnya tindakan melanggar perjanjian kredit. Dengan memiliki resiko hutang tinggi akan berusaha meyakinkan para investor dan kreditor dengan adanya pengungkapan yang lebih detail dengan salah satunya melalui pengungkapan CSR yang digunakan perusahaan sebagai penawar dan sarana untuk memperbaiki citra dari adanya dampak buruk atas rasio hutang yang dimiliki perusahaan.

### **3. Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan dijadikan sebagai variabel dalam mengungkapkan informasi tentang tanggung jawab sosial. Dengan ukuran perusahaan yang besar akan memiliki penyajian informasi yang lengkap sehingga kemungkinan besar perusahaan

dengan ukuran yang besar akan mengungkapkan informasi tanggungjawab sosial perusahaan dikarenakan perusahaan yang besar pada umumnya memiliki nilai aktiva dan penjualan yang besar, *skill* karyawan yang baik, sistem informasi yang canggih, memiliki jenis produk yang bervariasi dan struktur kepemilikan yang lengkap yang membutuhkan pengungkapan dengan luas.

Seperti yang telah kita ketahui bahwa perusahaan dengan ukuran yang lebih besar memiliki kemampuan penjualan yang lebih baik (memiliki jumlah pelanggan yang banyak), modal yang besar (jumlah kreditor dan pemegang saham lebih banyak), dan memiliki jumlah karyawan lebih banyak. Oleh karenanya dapat dikatakan bahwa semakin besar perusahaan tersebut maka semakin besar pula pihak yang terlibat dan berkepentingan serta menjadi salah satu target pusat perhatian dunia bisnis dan investasi.

Ukuran perusahaan dapat menjadi dasar penilaian dari jumlah pengalaman dan kemampuan mempertahankan pertumbuhan suatu perusahaan yang mengindikasikan kemampuan dalam mengendalikan tingkat risiko dalam mengelola investasi terhadap para *stakeholder*-nya yang biasanya memiliki *reporting responsibility* lebih tinggi, dan akan mengungkapkan informasi yang luas karena tuntutan terhadap para pemegang saham juga para pengamat pasar modal. Sehingga perusahaan yang besar akan memiliki banyak pemegang saham yang mempedulikan program-program sosial yang dijalankan perusahaan pada laporan tahunannya yang dijadikan sebagai alat dalam menyebarkan informasi khususnya pengungkapan aktivitas tanggung jawab sosial (CSR).

#### **4. Kepemilikan Manajerial**

Kepemilikan manajerial adalah kondisi dimana manajer memiliki saham dalam suatu perusahaan atau dapat dikatakan bahwa pihak manajer yang berada pada suatu perusahaan selain menjabat manajer juga merangkap sebagai seorang pemegang saham dalam perusahaan tersebut yang ditunjukkan dengan besarnya jumlah persentase kepemilikan yang dimiliki oleh pihak manajemen perusahaan. Keberadaan para manajemen perusahaan masing-masing memiliki latar belakang yang berbeda, seperti: mereka yang menjadi wakil pemegang saham institusi, mereka yang merupakan tenaga profesional yang diangkat oleh pemegang saham dalam RUPS, yang ketiga yakni mereka yang berada pada jajaran manajemen perusahaan karena turut memiliki saham perusahaan. Oleh karenanya dengan adanya tambahan kepemilikan atas pihak manajerial akan membuat para manajemen dapat merasakan langsung dampak dari setiap keputusan yang diambil dikarenakan mereka yang juga menjadi pemilik saham perusahaan. Peningkatan akan jumlah kepemilikan manajerial tersebut akan memberikan kekayaan bagi manajemen secara pribadi, dengan semakin terikat kekayaan perusahaan menjadikan manajemen berupaya dalam mengurangi resiko kehilangan kekayaan tersebut.

Dengan semakin besarnya jumlah kepemilikan manajerial maka produktifitas yang dihasilkan dari tindakan yang dilakukan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan dapat ditingkatkan. Kepemilikan manajerial dapat pula menjadikan tindakan oportunistik yang lebih mengedepankan kepentingan pribadi menjadi berkurang sebab pihak manajer perusahaan akan membuat keputusan yang berdasarkan pada kebutuhan dan pencapaian tujuan serta kesesuaian dengan kepentingan perusahaan (Anggraini, 2006).

Perusahaan berusaha menjadikan laporan tahunan sebagai alat untuk adanya asimetris informasi antara pihak manajemen dengan pemilik dikarenakan adanya perbedaan antara pihak manajer dengan pemilik. Adanya konflik kepentingan antara menejer dengan pemilik yang semakin besar dapat terjadi pada saat kepemilikan manajerial terhadap perusahaan semakin kecil. Oleh karenanya manajer akan berusaha meningkatkan kepentingan dirinya dari kepentingan perusahaan. Dengan semakin besarnya kepemilikan manajer dalam suatu perusahaan akan semakin meningkatkan produktifitas manajer dalam meningkatkan nilai perusahaan atau dengan kata lain biaya kontrak dan juga pengawasan menjadi rendah. Sehingga manajer perusahaan akan meningkatkan pengungkapan informasi sosial dengan tujuan agar dapat meningkatkan *image* perusahaan meskipun harus mengorbankan sumber daya dalam menjalankan aktivitas pengungkapan tersebut.

## **5. Profitabilitas**

Profitabilitas dapat dinyatakan sebagai suatu kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dengan menggunakan modal yang dimilikinya sendiri ataupun secara bersama-sama. Profitabilitas dapat dijadikan sebagai sumber dalam mendapatkan keuntungan melalui seberapa besarnya tingkat penjualan, penyerahan modal yang dimiliki, dan jumlah penanaman aktiva. Cornell dan Shapiro (1987) memberikan pernyataan terkait tentang pengungkapan informasi sosial dengan profitabilitas, yakni:

*“Companies that disclosed social information were likely to have lower implicit costs in exchange for higher explicit costs. And this could be one reason that they are more profitable”.*

Menurut Hackston dan Milne (1996) yang menyatakan bahwa profitabilitas termasuk dalam faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen

dalam melakukan pengungkapan pertanggungjawaban sosial terhadap pemegang saham. Profitabilitas juga dapat membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel dalam mengungkapkan pertanggungjawabannya kepada para pemegang saham, sehingga dengan semakin tingginya tingkat profitabilitas yang dimiliki perusahaan akan semakin besar pula pengungkapan informasi sosial yang akan dilakukan oleh perusahaan tersebut karena dengan semakin meningkatnya profit suatu perusahaan apabila perusahaan hendak melakukan aktivitas pengungkapan CSR yang lebih besar mampu dilaksanakan karena cadangan dana untuk membiayai hal tersebut sudah tersedia.

Belkaoui dan Karpik (1989) menjelaskan adanya hubungan antara kinerja keuangan pada suatu perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial yang dapat diekspresikan dengan pandangan bahwa tanggapan sosial yang diminta oleh manajemen dianggap suatu kemampuan yang diminta untuk membuat perusahaan mendapatkan laba. Manajemen yang sadar akan pentingnya memperhatikan masalah sosial nantinya akan memberikan kemampuan yang dibutuhkan dalam menggerakkan kinerja keuangan perusahaan.

Profitabilitas dapat dijadikan faktor yang menjadikan manajemen menjadi lebih bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan CSR kepada para pemegang saham, sehingga dapat dikatakan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan entitas untuk menghasilkan laba guna meningkatkan nilai pemegang saham. Sehingga, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pula pengungkapan informasi sosial yang dilakukannya

## 6. Jumlah Rapat Komite Audit

Komite audit adalah komite yang terdiri dari beberapa tugas terpisah yang ditujukan untuk membantu dewan komisaris dalam memenuhi pekerjaan dan tanggung jawab dalam memberikan pengawasan secara menyeluruh, dan komite audit itu sendiri pun dapat diukur dengan menghitung jumlah rapat komite audit yang dilaksanakan dalam beberapa waktu selama setahun. Berdasarkan pada Lampiran Keputusan Ketua Bapepam Kep-29/PM/2004 menjabarkan persyaratan keanggotaan, sebagai berikut:

- (1) Melakukan penelaahan atas informasi keuangan yang akan dikeluarkan perusahaan seperti laporan keuangan, proyeksi, dan informasi keuangan lainnya;
- (2) Melakukan penelaahan atas ketaatan perusahaan terhadap peraturan perundang-undangan lainnya yang berhubungan dengan kegiatan perusahaan;
- (3) Melakukan penelaahan atas pelaksanaan pemeriksaan oleh auditor internal;
- (4) Melaporkan kepada Komisaris berbagai resiko yang dihadapi perusahaan dan pelaksanaan manajemen risiko oleh direksi.
- (5) Melakukan penelaahan dan melaporkan kepada Komisaris atas pengaduan yang berkaitan dengan Emiten atau Perusahaan Publik; dan
- (6) Menjaga kerahasiaan dokumen, data dan informasi perusahaan.

Rapat komite audit merupakan suatu koordinasi yang dibentuk antar anggota-anggota agar dapat menjalankan tugas secara efektif seperti halnya dalam mengawasi laporan keuangan, pengendalian internal serta pelaksanaan GCG pada perusahaan. Dalam melaksanakan rapat, komite audit mengadakan pertemuan rapat setidaknya sebanyak tiga bulan sekali dalam satu tahun dan beberapa bahasan yang akan dibahas dalam pertemuan



tersebut yakni mengenai fungsi komite audit dalam mengawasi fungsi auditor internal perusahaan, selain itu juga komite audit pun juga berdiskusi secara langsung dengan pihak auditor internal, auditor eksternal dan pihak manajemen. Dan setiap tahun yang sudah dijalankan yang sudah dijalankan oleh komite audit yang telah diwakili oleh Ketua Komite Audit nantinya akan menyampaikan laporan tahunan mereka kepada Dewan Komisaris.

Dengan adanya rapat yang dijalankan oleh komite akan berdampak pada meningkatnya kualitas laporan keuangan, menciptakan iklim disiplin dan sebagai pengendali laporan keuangan untuk mengurangi kesempatan terjadinya penyimpangan dalam mengelola perusahaan dan mengidentifikasi hal-hal yang bersangkutan dengan dewan komisaris. Jumlah rapat komite audit juga berhubungan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial dikarenakan rapat komite merupakan alat yang digunakan untuk mengkoordinasi antar anggota dalam menjalankan tugas menjadi lebih efektif terkait pengawasan laporan keuangan, dengan sering mengadakan rapat maka koordinasi yang dihasilkan akan lebih baik serta melaksanakan pengawasan terhadap manajemen juga lebih efektif dan mendorong dalam meningkatkan pengungkapan informasi sosial dan lingkungan yang dilakukan perusahaan.

## **7. Ukuran Dewan Komisaris**

Dewan komisaris dapat dikatakan sebagai wakil dari *shareholder* dari suatu perusahaan. Dewan komisaris memiliki wewenang dan juga memiliki pengaruh yang cukup kuat dalam menekan pihak manajemen terkait pengungkapan informasi tanggung jawab sosial, dengan adanya dewan komisaris yang mampu menjalankan fungsinya secara aktif akan dapat meminimalisir pengendalian yang terlalu sering ditangani oleh

manajemen. Adanya keberadaan dewan komisaris yang bergabung dan profesional nantinya akan menjadi pertimbangan dari pihak manajemen perusahaan dalam menentukan suatu keputusan terkait dalam hal kebijakan keuangan, citra perusahaan, dan kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan. Di dalam dewan komisari terdapat dua sistem hukum dan tiap-tiap perusahaan akan tergantung pada sistem hukum mana yang dianut, yaitu antara lain:

1. Sistem Satu Tingkat (*One tier system*)

Sistem satu tingkat atau yang disebut sebagai one tier system merupakan sistem hukum yang berasal dari Anglo Saxon. Pada sistem satu tingkat ini perusahaan hanya memiliki satu dewan direksi yang sudah melingkupi kombinasi manajer/ direktur eksekutif dan direktur independen dan bekerja sama melalui prinsip paruh waktu, dan sistem ini adalah prinsip yang sudah diterapkan di wilayah-wilayah negara Amerika Serikat dan Inggris.

2. Sistem Dua Tingkat (*Two Tier System*)

Sistem dua tingkat adalah sistem hukum kontinental yang berasal dari negara Eropa. Didalam sistem dua tingkat ini perusahaan memiliki dua badan secara terpisah yang terdiri dari dewan pengawas (komisaris) dan dewan manajemen (direksi).

Kewajiban dan tugas dewan komisaris telah diatur dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas (UUPT) dimana yang pertama yaitu mengawasi langkah kebijakan direksi dalam menjalankan perusahaan dan yang kedua adalah memberikan nasihat kepada para direksi. Dari hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa dewan komisaris memiliki peran yang sangat penting dan juga strategis yang dapat bertanggung jawab secara penuh terhadap para direksi pada saat terjadi sesuatu dalam suatu perusahaan.

Undang-undang No. 40 tahun 2007 yang membahas tentang Perseroan Terbatas (UU PT) berisi tentang aturan mengenai kewajiban dan fungsi dari dewan komisaris yang terdapat pada beberapa pasal berikut:

- Pasal 1 pada butir 2 menyebutkan bahwa lembaga komisaris merupakan salah satu bagian perseroan selain dari Rapat Umum Pemegang Saham dan direksi, pada bagian butir 6 menyebutkan bahwa dewan komisaris bertugas untuk melakukan pengawasan secara umum dan atau khusus yang sesuai dengan anggaran dasar dan memberi nasihat pada direksi.
- Pasal 108 ayat (1) yang mencantumkan dewan komisaris dalam melakukan pengawasan kebijakan pengurusan, jalanya kepengurusan bagi di perseroan atau usaha perseroan dan memberi nasehat kepada direksi. Pada ayat 2 menyebutkan bahwa pengawasan dan pemberian nasehat yang dimaksud pada ayat 1 ditujukan untuk kepentingan perseroan serta sesuai dengan maksud dan tujuan perseroan.

### **C. Penelitian Terdahulu dan Penurunan Hipotesis**

Beberapa penelitian yang dilakukan dengan konteks yang sama dengan penelitian yang dilakukan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*.

#### **1. Pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Penelitian yang dilakukan oleh Yuliawati dan Sukirman (2015), Badjuri (2011), Putri dan Christiawan (2014), Dewi dan Priyadi (2013) menyebutkan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal tersebut juga sesuai dengan penelitian yang pernah

dilakukan oleh Nur dan Priantinah (2012), Wijaya (2012) yang menunjukkan bahwa *leverage* memiliki hubungan negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab perusahaan.

*Leverage* dapat dikatakan sebagai pengukur antara hutang yang dimiliki oleh perusahaan dengan total aktivasnya dengan rasio sehingga dapat dilihat seberapa jauh perusahaan memiliki hutang atau dibiayai oleh pihak luar dengan kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan dan digambarkan dengan besarnya total aktiva suatu perusahaan. *Leverage* dapat dikatakan mampu mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial dikarenakan suatu perusahaan yang memiliki resiko hutang tinggi akan berusaha meyakinkan para investor dan kreditor dengan adanya pengungkapan yang lebih detail dengan salah satunya melalui pengungkapan CSR yang digunakan perusahaan sebagai penawar dan sarana untuk memperbaiki citra dari adanya dampak buruk atas rasio hutang yang dimiliki perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Yanti dan Budiasih (2016) menyebutkan bahwa *leverage* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal tersebut juga sesuai dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Purba dan Yadnya (2015) serta Purnasiwi dan Sudarno (2011) yang menunjukkan bahwa *leverage* memiliki hubungan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dari hasil penelitian yang mendukung adanya hubungan positif antara *leverage* dengan pengungkapan CSR maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

**H<sub>1a</sub>: *Leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan di Indonesia**

**H<sub>1b</sub>: *Leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan di Malaysia**

**2. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Teori legitimasi merupakan alasan tentang hubungan antara ukuran dan pengungkapan, oleh karenanya ukuran perusahaan dapat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dikarenakan perusahaan yang lebih besar akan senantiasa melakukan aktivitas yang lebih banyak dan memiliki *public demand* atas informasi yang lebih tinggi daripada perusahaan kecil sehingga akan menimbulkan pengaruh yang lebih besar kepada masyarakat, dan lebih banyak dalam memiliki jumlah pemegang saham yang perhatian akan adanya program sosial yang dilakukan oleh perusahaan karena perusahaan besar merupakan entitas yang disorot oleh pasar maupun publik secara umum, dan laporan tahunan adalah alat yang efisien untuk mengkomunikasikan informasi tersebut untuk sarana transparansi informasi yang digunakan sebagai pemenuhan dari tuntutan pemegang saham dan untuk analisis pasar modal. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Oktariani dan Mimba (2014), Badjuri (2011), Anggraini (2006), Yuliana *et al.*, (2008) memiliki hasil bahwa tidak ada hubungan atau pengaruh antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial.

Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Arifudin (2013) yang menguji tentang faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif signifikan secara parsial terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial dimana

penelitian tersebut sejalan terhadap penelitian yang dilakukan oleh Purnasiwi dan Sudarno (2011) dan Sembiring (2005) yang juga memiliki hasil yang positif antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Dari rumusan masalah yang telah dijelaskan melalui penelitian terdahulu yang dilakukan, dan hasil yang tidak konsisten maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

**H<sub>2a</sub>: Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR Pada Perusahaan di Indonesia**

**H<sub>2b</sub>: Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR Pada Perusahaan di Malaysia**

### **3. Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Adanya kemungkinan dan hasil bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dikarenakan kepemilikan manajerial dapat mengurangi tindakan oportunistik manajer dalam memaksimalkan kepentingan pribadinya, dan manajer akan berperan sebagai pengambil keputusan yang sesuai dengan kepentingan perusahaan dengan mengungkapkan informasi sosial dengan seluas-luasnya guna meningkatkan *image* perusahaan meski dengan mengorbankan sumberdaya terkait aktivitas tersebut. Manajer juga akan lebih giat dalam meningkatkan nilai bagi kepentingan para pemegang saham yang tidak lain juga adalah dirinya sendiri, dan jumlah struktur kepemilikan yang lebih banyak berada pada tangan manajer membuat manajer menjadi lebih leluasa dalam melakukan beberapa pilihan metode akuntansi dan beragam kebijakan CSR pada perusahaan

(Tarjo, 2002). Penelitian yang dilakukan oleh Badjuri (2011) dan Maulidra (2015) memiliki hasil yang berlawanan dari teori terkait hubungan antara kepemilikan manajerial dengan pengungkapan tanggung jawab sosial bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Selain itu, terdapat beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh Ainullia (2013) dan Susanti dan Mildawati (2014) yang memiliki hasil bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR, hal ini juga dihasilkan oleh penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006) yang mendapat hasil bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial. Dari ketidakkonsistensinan hasil dari beberapa penelitian tersebut maka penulis ingin menguji hubungan antara kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan CSR dengan hipotesis yaitu:

**H<sub>3a</sub>: Kepemilikan manajerial berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR Pada Perusahaan di Indonesia**

**H<sub>3b</sub>: Kepemilikan manajerial berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR Pada Perusahaan di Malaysia**

#### **4. Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Profitabilitas perusahaan menunjukkan adanya perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang dapat menghasilkan laba, dengan arti lain profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu. Profitabilitas dapat dikatakan sebagai hasil bersih dari kebijakan dan keputusan perusahaan, dengan menggunakan rasio yang digunakan sebagai pengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan.

Dalam kaitanya, profitabilitas dapat berpengaruh dan memiliki hubungan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) dikarenakan dengan adanya rentabilitas ekonomi dan *profit margin* yang tinggi akan mendorong manajer agar memberikan informasi yang lebih terperinci untuk meyakinkan investor akan profitabilitas perusahaan yang juga dapat mendorong kompensasi manajemen. Dengan demikian semakin tingginya tingkat profitabilitas selain untuk mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, entitas juga mampu meningkatkan tanggung jawab sosialnya dan mengungkapkannya didalam laporan keuangan dengan lebih luas. Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Yuliana *et al.*, (2008), Dewi dan Priyadi (2013), Anggraini (2006), Wijaya (2012), Nur dan Priantinah (2012), Putri dan Christiawan (2014) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Sedangkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Pradyani dan Sisdyani (2015), Politon dan Rustianingsih (2013), Ekowati dan Wulandari (2014), Febrina dan Suaryana (2011), Fahrizqi (2010), dan Yintayani (2011) menemukan hasil yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dari rumusan masalah yang telah dijelaskan dan berdasarkan penelitian terdahulu yang sudah dilakukan, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

**H<sub>4a</sub>: Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan di Indonesia**

**H<sub>4b</sub>: Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan di Malaysia**



## **5. Pengaruh Jumlah Rapat Komite Audit terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Jumlah rapat komite digunakan sebagai parameter keaktifan komite audit dimana dengan semakin sering komite mengadakan rapat ataupun pertemuan maka diharapkan nantinya dapat menurunkan tingkat kecurangan dalam suatu pelaporan. Penelitian tentang Sun *et al.* (2010) memberikan hasil positif antara pengaruh jumlah rapat komite audit terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian ini menghubungkan pengaruh jumlah rapat komite audit dengan pengungkapan tanggung jawab sosial dikarenakan rapat komite adalah alat yang digunakan untuk mengkoordinasi antar anggota dalam menjalankan tugas menjadi lebih efektif terkait pengawasan laporan keuangan, dengan sering mengadakan rapat maka koordinasi yang dihasilkan akan lebih baik serta melaksanakan pengawasan terhadap manajemen juga lebih efektif dan mendorong dalam meningkatkan pengungkapan informasi sosial dan lingkungan yang dilakukan perusahaan. Hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh Ratnasari dan Prastiwi (2010) dan Badjuri (2011) yang menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh positif antara jumlah rapat komite audit terhadap pengungkapan CSR.

Terdapat hasil yang berlawanan dengan temuan yang dilakukan oleh Djuitaningsih (2012) yang menunjukkan bahwa jumlah rapat komite audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, hasil tersebut juga sejalan terhadap penelitian yang dilakukan oleh Fatayatiningrum (2011) dan Sun *et al.*, (2010). Dari ketidakkonsistenan hasil tersebut maka penulis ingin menguji hubungan antara jumlah rapat komite audit terhadap pengungkapan CSR dengan hipotesis yaitu:

**H<sub>5a</sub>: Jumlah Rapat Komite Audit berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR Pada Perusahaan di Indonesia**

**H<sub>5b</sub>: Jumlah Rapat Komite Audit berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR pada Perusahaan di Malaysia**

## **6. Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Dewan komisaris adalah wakil dari pemegang saham dalam suatu perusahaan yang berbadan hukum perseroan terbatas. Dewan komisaris ini memiliki fungsi untuk mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen atau pihak direksi, dan bertanggung jawab dalam hal terkait menentukan apakah pihak manajemen telah memenuhi tanggung jawab mereka dalam mengembangkan dan menyelenggarakan sistem pengendalian internal perusahaan.

Penelitian ini akan merumuskan pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) dikarenakan dewan komisaris memiliki peran monitoring dalam perusahaan agar dapat berjalan sesuai dengan peraturan yang berlaku serta dapat menjaga kelangsungan hidupnya sehingga dengan sistem monitoring yang lebih baik dengan maka pengungkapan tanggung jawab sosial menjadi lebih luas dan meminimalkan kemungkinan adanya informasi yang ditutupi. Hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh Sari (2014), Astuti dan Trisnawati (2015) dan Wijaya (2012) menunjukkan bahwa bahwa ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Hasil penelitian tersebut berlawanan dengan hasil yang dilakukan oleh Dewi dan Priyadi (2013) serta Pradyani dan Sisdyani (2015) yang menunjukkan bahwa

ukuran dewan komisaris berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Dari rumusan masalah yang telah dijelaskan dan berdasarkan ketidakkonsistensinan dari penelitian terdahulu yang sudah dilakukan, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

**H<sub>6a</sub>: Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR pada Perusahaan di Indonesia**

**H<sub>6b</sub>: Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR pada Perusahaan di Malaysia**

## **7. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia dan Malaysia**

Pelaksanaan aktivitas pengungkapan CSR yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan dan selanjutnya diterbitkan dan diakses oleh masyarakat akan dapat meningkatkan citra dan kepercayaan masyarakat pada kinerja perusahaan, pengungkapan CSR juga akan memberikan dampak pada *shareholder* terhadap proses pengambilan keputusan terkait investasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Sari *et. al.* (2016) menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) di Indonesia lebih tinggi dari pada di Malaysia yakni sebesar 31,56% menunjukkan hasil statistik di Indonesia dan 16,45% pada negara Malaysia, hasil penelitian ini dapat memperkuat dari penelitian yang dilakukan oleh Firmansyah (2014) bahwa kegiatan CSR di Indonesia lebih baik dari CSR yang ada di Malaysia pada sektor perbankan syariah.

Perbedaan tingkat pengungkapan dan aktivitas CSR ini disebabkan karena perusahaan di Indonesia memiliki kemampuan lebih baik dan fokus terhadap isu CSR sehingga berdampak pada pengungkapan CSR yan lebih tinggi di bandingkan di

Malaysia dan juga kesadaran yang masih rendah pada negara Malaysia dalam membuat kebijakan CSR dan kurangnya pengetahuan yang menyebabkan pengungkapan CSR di Malaysia lebih rendah daripada di Indonesia Saleh (2009:136-137). Dari rumusan masalah yang telah dijelaskan dan berdasarkan penelitian terdahulu yang sudah dilakukan, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

**H<sub>7</sub>: Terdapat perbedaan antara pengungkapan CSR pada Perusahaan di Indonesia dan Malaysia.**

**8. Perbedaan pengaruh *leverage*, ukuran perusahaan, kepemilikan manajerial, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, dan jumlah rapat komite audit terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* di Indonesia dan Malaysia.**

Pengungkapan merupakan penyajian dari informasi yang dibutuhkan dalam pengoprasian pasar modal yang optimal dan efisien. Pengungkapan tanggung jawab sosial dari suatu perusahaan sudah menjadi kewajiban bagi para perusahaan sebagaimana dampaknya dari pelaksanaan pengungkapan tanggungjawab sosial dapat mempengaruhi citra perusahaan dimata masyarakat luas dan juga pasar, dikarenakan perusahaan akan mampu mempertahankan dan menjamin keberlanjutan perusahaanya apabila perusahaan senantiasa memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan.

Pengungkapan CSR pada dua negara ini mayoritas dilaksanakan oleh perusahaan multinasional dan perusahaan besar yang diwujudkan berdasarkan respon yang dilakukan dari permintaan pasar internasional. Seperti halnya pada negara berkembang lainnya, masing-masing negara memiliki aturan terkait pengungkapan lingkungan dan sosial baik itu bersifat wajib ataupun suka rela. Berbagai peraturan mewajibkan perusahaan agar membuat pengungkapan lingkungan, hanya saja pada

negara Malaysia masih memiliki komitmen yang rendah terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan sehingga butuh adanya dorongan yang kuat pada pemerintah Malaysia untuk meningkatkan kesadaran perusahaan-perusahaan Malaysia dalam melaporkan pengungkapan aktivitas CSR.

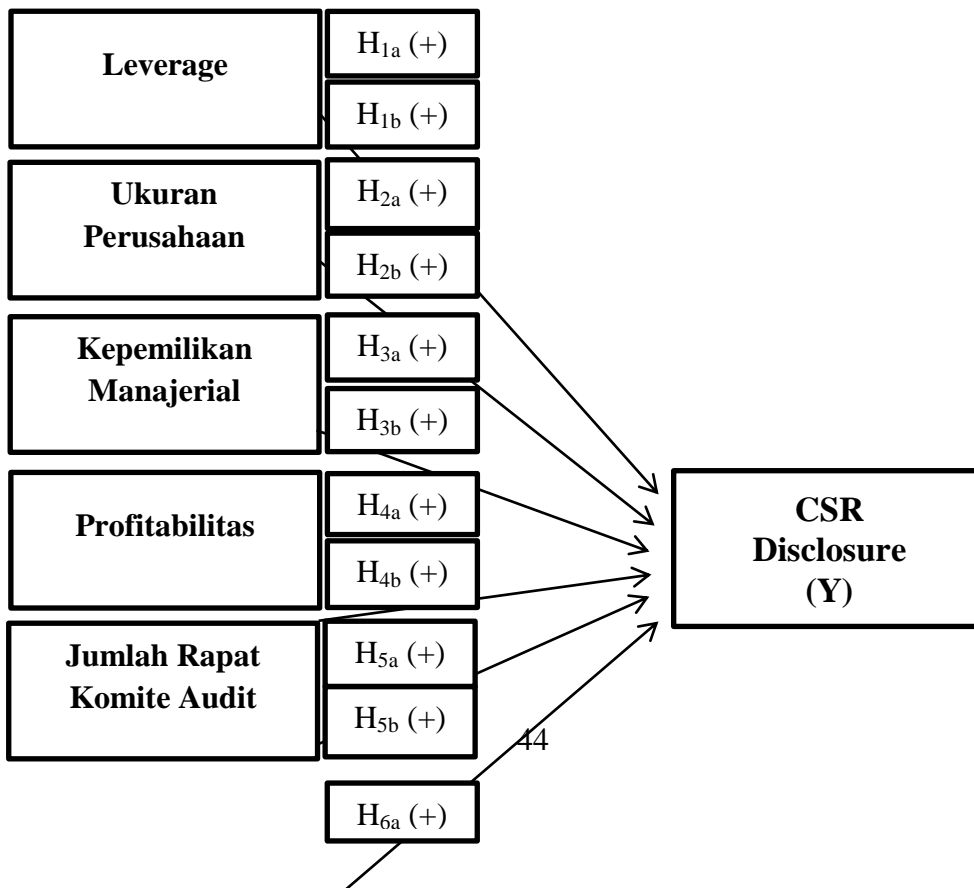
Penelitian ini ingin mengetahui ada tidaknya perbedaan antara pengaruh *leverage*, ukuran perusahaan, kepemilikan manajerial, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, dan jumlah rapat komite audit terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* di Indonesia dan Malaysia. Dikarenakan perusahaan-perusahaan di Indonesia dan Malaysia memiliki karakter yang berbeda dalam menjalankan perusahaan sehingga peneliti ingin mengetahui perbedaan pengaruh dari setiap variabel yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* di negara Indonesia dan Malaysia. Dari pemaparan yang telah dituliskan maka hipotesis yang akan dirumuskan adalah:

**H<sub>8</sub>: Terdapat perbedaan pengaruh *leverage*, ukuran perusahaan, kepemilikan manajerial, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, dan jumlah rapat komite audit terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* di Indonesia dan Malaysia.**

#### D. Model Penelitian

Sesuai dengan kajian teori serta uraian diatas, maka model penelitian ini adalah sebagai berikut:

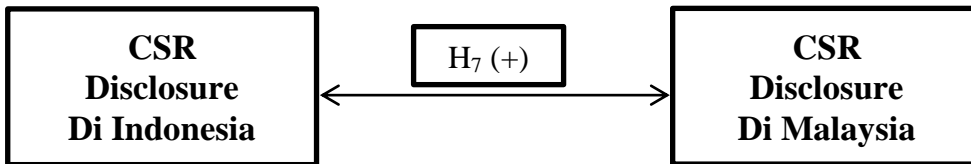
##### 1. Model 1





**2. Model 2**

**Perbedaan antara Pengungkapan CSR di Indonesia dan Malaysia**



**3. Model 3**

**Perbedaan pengaruh *leverage*, ukuran perusahaan, kepemilikan manajerial, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, dan jumlah rapat komite audit terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* di Indonesia dan Malaysia.**

