

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan teori**

##### 1. Teori Agensi

Teori agensi adalah dasar teori yang menjadi acuan dalam pelaksanaan praktik bisnis suatu perusahaan. Pada teori agensi ini para pemegang saham (*stakeholders*) merupakan pihak prinsipal sedangkan manajemen merupakan pihak agen (Borolla, 2011). Pihak prinsipal menyerahkan wewenangnya kepada pihak manajemen. Sebagai pihak yang diberikan wewenang maka para manajer wajib menyampaikan laporan keuangan kepada para pemegang saham karena pihak manajemen merupakan pihak yang memiliki banyak informasi mengenai perusahaan dibandingkan para pemegang saham yang berada diluar perusahaan (Susanti, 2014). Tapi kenyataan yang ada, para manajer malah memanfaatkan dan melakukan tindakan untuk kepentingan pribadinya dan mengabaikan kepentingan para pemegang saham sehingga terjadi konflik agensi (Senda, 2011).

Konflik yang terjadi antara pihak agen dan pihak prinsipal tersebut dapat diminimalisir dengan menggunakan suatu mekanisme sistem pengawasan dan dapat menyamakan kepentingan. Dalam pelaksanaan menyamakan kepentingan tersebut memunculkan terjadinya biaya keagenan (*agency cost*). *Agency cost* dapat diminimalisir dengan adanya kepemilikan saham oleh manajemen dan kepemilikan saham oleh institusional ataupun kepemilikan saham oleh publik (Haruman, 2008).

Konflik keagenan juga dapat dikurangi dengan adanya penerapan mekanisme *corporate governance* sebagai mekanisme dalam hal pengendalian perusahaan. *Corporate governance* menjadi salah satu yang terpenting dalam peningkatan efisiensi, ekonomis dan efektivitas dalam hal meningkatkan dan mengungkapkan informasi yang lengkap antara para manajemen di suatu perusahaan dengan dewan komisaris, para pemegang saham ataupun *stakeholders* lainnya (Putri, 2013).

## 2. Teori *Stakeholders* (*Stakeholders Theory*)

Teori *stakeholders* menyatakan bahwa suatu perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri tetapi harus juga memberikan manfaat untuk para *stakeholders*nya. Untuk itu, dukungan para *stakeholders* merupakan bagian dari keberadaan suatu perusahaan. *Stakeholders* adalah semua pihak baik pihak internal maupun pihak eksternal yang memberikan pengaruh atau dipengaruhi oleh perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung (Hadi, 2011).

Berdasar atas asumsi teori *stakeholders* maka suatu perusahaan tidak dapat terlepas dari lingkungan sosial. Menjaga legitimasi *stakeholders* diperlukan oleh suatu perusahaan agar dapat mendukung perusahaan mencapai tujuannya yaitu stabilitas usaha dan jaminan *going concern* (Ardianto dan Dindin, 2011). Teori ini menyatakan bahwa organisasi akan memilih secara sukarela pengungkapan informasi mengenai kinerja lingkungan, sosial dan intelektual mereka melebihi dari permintaan

pengungkapan wajibnya dalam hal memenuhi yang diakui oleh *stakeholders* (Cecilia, Rambe dan Torong, 2015).

Saleh, *et al.*, (2010) menyatakan teori *stakeholders* digunakan dalam menjelaskan pengungkapan CSR karena teori *stakeholders* mampu membedakan antara isu sosial dengan *stakeholders*. Teori ini menyatakan bahwa para *stakeholders* mempunyai hak dalam hal mengetahui seluruh informasi baik itu informasi pengungkapan wajib maupun pengungkapan sukarela serta informasi keuangan dan non-keuangan. Dampak aktivitas perusahaan kepada *stakeholders* dapat dilihat melalui pertanggungjawaban yang diberikan oleh suatu perusahaan yaitu informasi keuangan dan non-keuangan (sosial) (Purwanto, 2010).

### 3. Teori Legitimasi ( *legitimacy theory* )

Legitimasi adalah keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitar baik fisik maupun nonfisik (Hadi, 2011). Teori legitimasi adalah sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi kepada pihak masyarakat (*society*), pemerintah dan kelompok masyarakat. Maka dari itu, sebagai suatu sistem yang berpihak kepada masyarakat pengoperasian perusahaan harus sesuai dengan apa yang diharapkan masyarakat (Handriyani, 2013).

Pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan memiliki tujuan untuk menunjukkan kepada masyarakat aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan dan pengaruhnya terhadap masyarakat sekitar (Handriyani, 2013). Legitimasi perusahaan bagi para *stakeholders* dapat dilakukan dengan

adanya pelaksanaan etika dalam berbisnis dan meningkatkan tanggung jawab sosial perusahaan. Pengungkapan informasi CSR adalah investasi jangka panjang serta memiliki manfaat dalam meningkatkan *image* dan legitimasi, sehingga dapat dijadikan sebagai dasar konstruksi strategi perusahaan (Rindawati, 2015).

#### 4. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayarkan oleh calon pembeli jika suatu perusahaan akan dijual, sehingga perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang tinggi maka semakin besar kemakmuran yang diterima oleh pemilik perusahaan tersebut (Husnan dan Enny, 2012). Nilai perusahaan terbentuk melalui indikator nilai pasar saham yang dipengaruhi oleh peluang investasi. Peluang investasi dapat memberikan sinyal positif mengenai pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang yang mengakibatkan peningkatan nilai perusahaan (Agustina, 2013).

Nilai perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini merupakan sebagai nilai pasar, karena dimana pada saat harga saham meningkat maka nilai perusahaan akan memberikan kemakmuran terhadap *stakeholders* secara maksimal. Perusahaan dengan harga saham yang tinggi maka akan semakin tinggi kemakmuran yang didapatkan oleh para pemegang saham perusahaan tersebut (Nurlela dan Ishlahuddin, 2008).

Rasio-rasio keuangan digunakan dalam menentukan nilai pada suatu perusahaan. Rasio pada nilai perusahaan memperlihatkan prospek dan kinerja

para manajemen yang berdasar terhadap penilaian para investor (Sukamulja, 2004).

Nilai perusahaan pada penelitian ini akan diproksikan dengan rasio Tobin's Q. Pemilihan rasio ini karena informasi yang diberikan sangat baik, pada Tobin's Q semua unsur-unsur utang dan modal saham perusahaan dimasukkan. Dimasukkannya seluruh aset pada perusahaan tersebut menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya berfokus terhadap satu investor saja tetapi juga kepada kreditur dikarenakan sumber biaya operasional perusahaan tidak hanya berdasar ekuitas saja namun pinjaman yang diberikan oleh kreditur (Sukamulja, 2004).

Jika rasio Tobin's Q berada diatas satu berarti menunjukkan bahwa investasi pada aktiva menghasilkan laba yang dapat memberikan nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan pengeluaran investasi sehingga akan memancing munculnya investasi baru. Namun, jika rasio Tobin's Q berada dibawah satu maka investasi didalam aktiva dianggap tidak menarik (Herawaty, 2008).

##### 5. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

*Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan adalah tindakan atau bentuk yang berdasar pada pertimbangan etis suatu perusahaan yang bertujuan meningkatkan ekonomi, sesuai meningkatkan kualitas hidup para karyawan beserta keluarganya, dan sekaligus meningkatkan kualitas hidup akan masyarakat sekitar perusahaan dan masyarakat keseluruhan (Hadi, 2011).

Laporan pengungkapan pertanggungjawaban sosial suatu perusahaan diungkapkan pada laporan *sustainability reporting*. Dimana *sustainability reporting* merupakan pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya pada bagian pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Pengungkapan pertanggungjawaban sosial berpengaruh pada nilai perusahaan. Hal ini sepadan dengan paradigma *enlightened self-interest* yang menunjukkan bahwa kemakmuran dan stabilitas ekonomi jangka panjang hanya dapat dicapai jika perusahaan melakukan pertanggungjawaban sosial kepada masyarakat (Susanti, 2014).

Pengukuran pengungkapan *corporate social responsibility* membutuhkan suatu *ceklist* yang berisi item-item atau indikator pengungkapan yang kemudian akan dicocokkan dengan pengungkapan yang terdapat dalam laporan tahunan perusahaan. Pada penelitian ini, pengungkapan *corporate social responsibility* diukur dengan menggunakan indikator lingkungan pada *Global Reporting Initiative's (GRI) G4*. *Global Reporting Initiative's (GRI)* adalah sebuah kerangka yang dimana dapat diterima secara umum dalam melakukan pelaporan ekonomi, lingkungan, dan sosial dari suatu organisasi. Kerangka ini dapat digunakan oleh berbagai jenis organisasi yang berbeda baik dari segi ukuran, sektor, maupun lokasinya (*Global Reporting Initiative's*, 2015).

## 6. Ukuran Dewan Komisaris

Dewan komisaris merupakan wakil dari *shareholders* didalam perusahaan yang berbadan hukum perseroan terbatas dengan fungsi melakukan pengawasan pengelolaan yang dilaksanakan oleh para manajemen (direksi) dan bertanggungjawab dalam penentuan apakah manajemen dalam memenuhi tanggung jawab mereka terhadap pengembangan dan penyelenggaraan pengendalian internal perusahaan (Mulyadi, 2002).

Teori agensi menyatakan pembagian tugas antara pemilik saham dan manajemen. Dewan komisaris merupakan perwakilan para pemilik saham yang berperan menjadi pengawas kinerja perusahaan, termasuk didalamnya kinerja sosial perusahaan. Dewan komisaris memenuhi kebutuhan para pemangku kepentingan yang dimana telah dinyatakan dalam teori *stakeholders*. Dengan jumlah dewan komisaris yang memadai maka akan memaksimalkan kinerja suatu perusahaan (Krisna dan Suhardianto, 2016).

Dewan komisaris yang merupakan wakil bagi pihak prinsipal perusahaan dapat memengaruhi luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial, dikarenakan dewan komisaris yang merupakan sebagai pelaksana tertinggi didalam perusahaan.

## 7. Kepemilikan Saham Publik

Kepemilikan publik yang dimaksud merupakan proporsi saham oleh masyarakat luas dengan para pihak manajemen. Kepemilikan saham oleh publik menggambarkan tingkat kepemilikan perusahaan oleh masyarakat publik. Kepemilikan saham publik pada penelitian ini ditunjukkan dengan

persentase saham yang dimiliki oleh publik dimana perhitungannya membandingkan antara jumlah saham yang dimiliki oleh masyarakat dengan total saham perusahaan yang beredar (Rindawati, 2015).

Dengan adanya informasi dalam laporan keuangan tahunan yang dikeluarkan suatu perusahaan digunakan oleh para investor dalam melihat kinerja manajemen dan keadaan akan perusahaan itu sendiri di masa yang akan datang dalam hal mengurangi resiko investasi. Suatu perusahaan harus menampilkan keunggulan yang dimiliki dan eksistensi perusahaan kepada publik sehingga publik ingin melakukan investasi pada perusahaan tersebut (Rita dan Sartika, 2012).

Dengan proporsi kepemilikan saham yang dimiliki publik yang lebih besar, maka pengawasan dari publik itu lebih besar juga. Investor publik membutuhkan perlindungan dari investasi yang mereka tanam dimana perlindungannya berupa informasi keuangan dan non-keuangan yang disajikan dalam laporan keuangan tahunan. Sehingga, semakin tinggi proporsi saham yang dimiliki oleh publik maka semakin tinggi pula tingkat kelengkapan pengungkapan laporan tahunan perusahaan tersebut (Rindawati, 2015).

#### 8. Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional merupakan kepemilikan saham suatu perusahaan oleh institusi seperti bank, dana pensiun, perusahaan asuransi dan aset manajemen. Kepemilikan institusional yang tinggi pada suatu

perusahaan akan memberikan usaha pengawasan yang lebih besar sehingga dapat mengurangi perilaku oportunistik manajer (Sari, *et al.*, 2011).

Kepemilikan institusional sangat berguna dalam hal mengawasi kinerja manajemen agar tidak melakukan kecurangan. Kepemilikan institusional diharapkan dapat meminimalisir atau mencegah kecurangan yang dilakukan oleh pihak manajemen, karena dengan adanya kepemilikan institusional maka mendorong peningkatan pengawasan yang lebih optimal. Semakin besar kepemilikan institusional suatu perusahaan maka pemanfaatan aktiva perusahaan semakin efisien.

Kepemilikan institusional sangat berguna dalam hal mengawasi kinerja manajemen agar tidak melakukan kecurangan. Kepemilikan institusional diharapkan dapat meminimalisir atau mencegah kecurangan yang dilakukan oleh pihak manajemen, karena dengan adanya kepemilikan institusional maka akan menjadi dorongan dalam meningkatkan pengawasan yang lebih optimal. Semakin besar kepemilikan institusional suatu perusahaan maka pemanfaatan aktiva perusahaan semakin efisien. Dengan demikian, kepemilikan institusional dapat menjadi pendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial (Bangun, Octavia, dan Tarigan, 2012).

## 9. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan (*size*) adalah skala yang berfungsi untuk melihat besar atau kecilnya suatu perusahaan bisnis. Skala ukuran dalam suatu perusahaan dapat memengaruhi luas pengungkapan informasi dalam pelaporan keuangan perusahaan. Perusahaan yang besar akan cenderung

melakukan pengungkapan informasi yang lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan yang kecil. Perusahaan besar akan menghadapi resiko politis yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan kecil. Yang dimaksud dengan politis disini adalah tekanan dalam hal melakukan tanggung jawab sosial. Sehingga perusahaan besar pengeluarannya cenderung menggunakan biaya lebih besar dalam pengungkapan informasi sosial dibandingkan dengan perusahaan kecil (Kurnianingsih, 2013). Dengan pengungkapan kepedulian terhadap lingkungan melalui pelaporan keuangan, maka perusahaan dalam jangka waktu panjang dapat terhindar dari biaya yang sangat besar akibat dari tuntutan masyarakat.

Ukuran perusahaan berdasar dengan jumlah aktiva, jumlah tenaga kerja, volume penjualan dan kapitalisasi pasar (Cahyonowati, 2003). Ukuran perusahaan dapat memengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan suatu perusahaan perusahaan. Teori keagenan menyatakan perusahaan besar lebih memiliki biaya keagenan yang besar dibandingkan dengan perusahaan kecil karena perusahaan besar lebih memiliki banyak biaya agensi (Rindawati, 2015).

Ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan total aset akan ditransformasikan dalam *logaritma of natural* dalam hal penyamaan dengan variabel lain karena total aset pada perusahaan dengan nilai relatif lebih besar dibandingkan dengan variabel-variabel lainnya ( *In of total asset* ) (Kurnianingsih, 2013). Pada penelitian ini, ukuran perusahaan dihitung dengan *In of total asset*, ini digunakan untuk mengetahui bahwa semakin

besar total aset yang dimiliki, maka perusahaan semakin besar juga dalam pengungkapan tanggung jawab sosialnya (Kurnianingsih, 2013).

#### 10. Profitabilitas

Profitabilitas menunjukkan seberapa besar kinerja keuangan suatu perusahaan dalam memperoleh atau menghasilkan keuntungan. Profitabilitas adalah gambaran dari kinerja para manajemen dalam pengelolaan dan menjadi salah satu faktor acuan para investor dalam pembelian saham. Agar dapat menarik perhatian bagi para investor, suatu perusahaan penting untuk meningkatkan profitabilitas perusahaannya (Cecilia, *et al.*, 2015). Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel dalam mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada para pemegang saham, sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka semakin besar juga pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan tersebut (Bangun, Octavia, dan Tarigan, 2012).

Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada penelitian ini diukur menggunakan rasio *Return On Asset* (ROA). Pengukuran dengan menggunakan ROA menunjukkan kemampuan perusahaan dalam hal menghasilkan laba bersih berdasarkan pada tingkat aktiva tertentu. ROA dapat dikatakan sebagai rasio yang menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari setiap rupiah aktiva yang digunakan (Purwanto, 2010).

## 11. *Leverage*

*Leverage* sebagai cerminan risiko keuangan perusahaan karena dengan *leverage* dapat mencerminkan struktur modal perusahaan dan mengetahui risiko akan tidak tertagihnya utang. *Leverage* merupakan alat yang digunakan untuk mengukur seberapa besar ketergantungan suatu perusahaan oleh kreditur dalam melakukan pembiayaan modal perusahaan. Tingginya tingkat *leverage* yang dimiliki suatu perusahaan mencerminkan ketergantungan terhadap peminjaman luar dalam membiayai modalnya. Sedangkan, perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* rendah maka perusahaan tersebut dalam melakukan pembiayaan aset dengan menggunakan modal sendiri (Purnasiwi, 2010).

Tingkat *leverage* bagi suatu perusahaan dapat menggambarkan risiko keuangan perusahaan tersebut. Tingkat *leverage* bagi suatu perusahaan menggambarkan risiko keuangan suatu perusahaan. Teori keagenan memperkirakan jika semakin besar tingkat *leverage* suatu perusahaan maka akan semakin banyak melakukan pengungkapan informasi dikarenakan biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi (Jensen dan William, 1976).

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

1. Ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

Suatu perusahaan dengan jumlah anggota dewan komisaris yang besar maka akan memudahkan dalam melakukan pengawasan yang efektif dan

memudahkan pengendalian CEO (Sembiring, 2005). Dalam kaitannya dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan maka memberikan tekanan yang besar kepada para manajemen dalam melakukan pengungkapan. Dewan komisaris merupakan wakil *shareholders* dalam perusahaan yang berbadan hukum perseroan terbatas dengan fungsi pengawasan pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh para manajemen dan memiliki tanggung jawab dalam menentukan apakah manajemen memenuhi tanggung jawab mereka dalam pengembangan dan penyelenggaraan pengendalian internal perusahaan (Mulyadi, 2002).

Dewan komisaris sebagai wakil dari *shareholder* akan dapat memengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial pada suatu perusahaan, sehingga semakin besar ukuran dewan komisaris didalam suatu perusahaan maka semakin besar juga luasnya pengungkapan yang akan dilakukan karena dimana dewan komisaris sebagai pelaksana tertinggi dan memiliki peranan penting didalam suatu perusahaan. Sehingga dewan komisaris memiliki wewenang yang dapat memberikan pengaruh besar terhadap manajer dalam menekankan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial.

Penelitian Krisna dan Suhardianto (2016) menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan dewan komisaris terhadap luas pengungkapan CSR. Dewan komisaris lebih menerapkan pada fungsi pengawasan terhadap kinerja keuangan perusahaan dibandingkan dengan kinerja sosial.

Subiantoro (2015) menunjukkan bahwa adanya pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan CSR. Laksmitaningrum dan Purwanto (2013) menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur di BEI tahun 2009-2011.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat merumuskan hipotesis sebagai berikut :

**H<sub>1</sub> : Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility***

2. Kepemilikan saham publik berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

Kepemilikan saham publik adalah proporsi saham yang dimiliki oleh masyarakat luas dengan pihak internal perusahaan terhadap saham perusahaan. Informasi yang diberikan perusahaan digunakan dalam hal melihat kinerja manajemen di suatu perusahaan tersebut. Agar publik mau untuk melakukan investasi terhadap perusahaan tersebut diperlukan untuk perusahaan memperlihatkan eksistensi dan keunggulan perusahaannya terhadap publik, dimana salah satu cara dengan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Jika pada suatu perusahaan memiliki proporsi kepemilikan saham publik yang besar maka pengawasan terhadap manajemen lebih baik.

Perusahaan yang memiliki proporsi kepemilikan saham publik yang luas cenderung akan melakukan pengungkapan informasi sosial yang lebih luas karena dinilai memiliki tanggung jawab secara moral terhadap masyarakat (Susilawati, Tin, dan Agustina, 2014). Semakin tinggi proporsi saham publik yang dimiliki perusahaan maka semakin tinggi pula kelengkapan akan laporan tahunan yang dipublikasikan.

Hasil penelitian oleh Hadi dan Sabaeni (2002) menunjukkan bahwa kepemilikan saham publik berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Puspitasari (2009) menyatakan bahwa kepemilikan saham publik berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian yang dilakukan Indraswari dan Astika (2014) menyatakan bahwa kepemilikan saham publik berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* di Bursa Efek Indonesia. Rindawati (2015) menyatakan bahwa kepemilikan saham publik tidak berpengaruh terhadap indeks pengungkapan CSR. Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

**H<sub>2</sub> : Kepemilikan saham publik berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility***

3. Kepemilikan saham institusional berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

Kepemilikan saham institusional adalah kepemilikan saham perusahaan oleh suatu badan atau institusi. Kepemilikan institusional yang merupakan salah satu mekanisme dalam *corporate governance* umumnya dapat

bertindak dalam hal memonitor atau mengawasi perusahaan. Para investor institusional cenderung memikirkan keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang dan dimana salah satu cara dalam mencapai keberlangsungan jangka panjang pada perusahaan dengan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial.

Investor institusional dalam memonitor para kinerja manajemen biasanya memberikan arahan kepada para manajer ketika tidak melakukan aktivitas positif seperti pengungkapan CSR, yang dimana pengungkapan positif tersebut akan berdampak dan berkelanjutan di masa yang akan datang. Semakin besar kepemilikan institusional suatu perusahaan maka semakin besar pula dorongan dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial di perusahaan tersebut.

Hasil penelitian Minanari (2015) menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR perusahaan *property* dan *real estate* periode 2011-2013. Nussy (2013) menunjukkan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR baik dalam tahun 2005 maupun tahun 2011. Badjuri (2011) menyatakan bahwa tidak adanya pengaruh antara kepemilikan institusional terhadap luas pengungkapan CSR. Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

**H<sub>3</sub> : Kepemilikan saham institusional berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.**

4. Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

Ukuran perusahaan adalah skala yang digunakan untuk menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Suatu perusahaan yang besar biasanya melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan kecil. Karena, perusahaan besar memiliki tingkat aktivitas operasional yang lebih banyak dan memiliki pengaruh yang besar dikalangan masyarakat sehingga pemegang saham akan melihat program sosial yang dibuat perusahaan tersebut dan menyebabkan luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial diperusahaan tersebut.

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengunngkapan CSR tercermin dalam teori agensi yang menjelaskan bahwa semakin besar suatu perusahaan maka semakin besar juga biaya keagenan yang dikeluarkan dan melakukan pengungkapan informasi yang lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan yang kecil (Rindawati, 2015). Semakin besar suatu perusahaan maka semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilaporkannya.

Hasil penelitian Kurnianingsih (2013) menyatakan bahwa ukuran perusahaan yang diukur dengan (*Ln of total asset*) tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI demikian juga pengaruh ukuran perusahaan yang diukur dengan ( *In of total asset* ) tidak berpenaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Rindawati (2015) menunjukkan bahwa ukuran

perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap indeks pengungkapan CSR.

Sari (2012) hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang diukur dengan *log natural* (total aset) berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Semakin besar aset suatu perusahaan maka biaya keagenan yang muncul semakin besar juga sehingga dalam mengurangi biaya keagenan perusahaan tersebut, cenderung melakukan pengungkapan informasi yang lebih luas. Herawati (2015) menunjukkan hasil *size* perusahaan terbukti berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat merumuskan hipotesis sebagai berikut :

**H<sub>4</sub> : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.**

5. Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan perusahaan pada periode akuntansi (Kusumadilaga, 2010). Profitabilitas menunjukkan seberapa besar suatu perusahaan dalam kinerja keuangannya mampu mendapatkan atau memperoleh keuntungan.

Semakin tinggi profitabilitas pada suatu perusahaan maka semakin luas juga pengungkapan laporan keuangan tahunan suatu perusahaan. Karena, jika tingkat profitabilitas tinggi maka kinerja perusahaan tersebut

pasti baik dan dengan adanya laba yang tinggi maka perusahaan memiliki kemampuan finansial yang baik dan akan digunakan dalam melakukan kegiatan operasional perusahaan dan melakukan pengungkapan yang lebih banyak. Tingkat profitabilitas yang tinggi memberikan keluwesan kepada manajemen untuk melaksanakan pengungkapan CSR. Sedangkan, perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas rendah akan lebih mempertimbangkan pelaksanaan pengungkapan CSR (Herawati, 2015).

Herawati (2015) hasil dari penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa profitabilitas perusahaan yang diukur dengan *Return On Asset* (ROA) berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Perusahaan dengan laba yang tinggi akan menjadi sorotan, untuk mengurangi tekanan tersebut maka perusahaan akan mengeluarkan biaya-biaya yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial.

Penelitian oleh Rindawati (2015) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap indeks pengungkapan CSR perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini membuktikan bahwa tingkat laba yang tinggi dapat memengaruhi jumlah pengungkapan aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan pada program-program yang berkaitan dengan pengungkapan CSR.

Penelitian Purnasiwi (2010) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Artinya perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi belum tentu melakukan

lebih banyak aktivitas sosial karena perusahaan lebih berfokus pada laba semata.

Indraswari dan Astika (2014) penelitian dilakukan menunjukkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif pada pengungkapan *corporate social responsibility* di Bursa efek Indonesia periode 2010-2012. Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

**H<sub>5</sub> : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility***

6. *Leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

*Leverage* dapat dikatakan sebagai pengukur besarnya modal yang dibiayai dengan hutang, dimana hutang yang digunakan untuk membiayai modal tersebut berasal dari kreditor. Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* yang tinggi maka memiliki kewajiban dalam hal melakukan pengungkapan yang lebih luas dibandingkan dengan rasio *leverage* pada suatu perusahaan yang lebih rendah.

Rasio *leverage* berguna dalam hal memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki pada suatu perusahaan. Sehingga dengan adanya rasio *leverage* tersebut maka akan memperlihatkan tingkat resiko tak tertagihnya utang pada perusahaan tersebut. Oleh karena itu, perusahaan yang memiliki tingkat rasio *leverage* yang tinggi akan memiliki kewajiban yang lebih luas dalam hal pengungkapan laporan keuangan khususnya pengungkapan tanggung jawab sosial.

Purnasiwi (2010) menyatakan bahwa *leverage* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang terdaftar di BEI pada tahun 2009. Hal ini menyatakan bahwa tinggi rendahnya tingkat *leverage* perusahaan akan memengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Purba dan Yadnya (2015) menyatakan bahwa *leverage* secara signifikan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Rindawati (2015) menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh positif terhadap indeks pengungkapan CSR perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat merumuskan hipotesis sebagai berikut :

**H<sub>6</sub> : *Leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility***

#### 7. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Suatu perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Pengungkapan CSR diharapkan mampu untuk meningkatkan nilai perusahaan karena keberpihakan CSR kepada masyarakat, sehingga masyarakat mampu untuk membandingkan mana produk yang baik ataupun tidak dimana penilaiannya tidak hanya berdasar kepada barang saja namun juga dengan tata kelola perusahaannya.

Penelitian yang dilakukan oleh Agustina (2013) menunjukkan hasil bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian oleh Handriyani (2013) menunjukkan hasil bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini karena dalam pengambilan keputusan, perusahaan terlebih dahulu mempertimbangkan mengenai masalah sosial dan lingkungannya jika ingin memaksimalkan hasil keuangan jangka panjang yang akan meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Susanti (2014) menunjukkan hasil bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dalam hal ini berarti CSR dianggap sebagai sarana dalam hal meningkatkan citra perusahaan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Pengungkapan pertanggungjawaban sosial suatu perusahaan yang tinggi maka akan direspon positif oleh para investor sehingga investor tidak perlu ragu lagi untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut dan menyebabkan peningkatan nilai perusahaan.

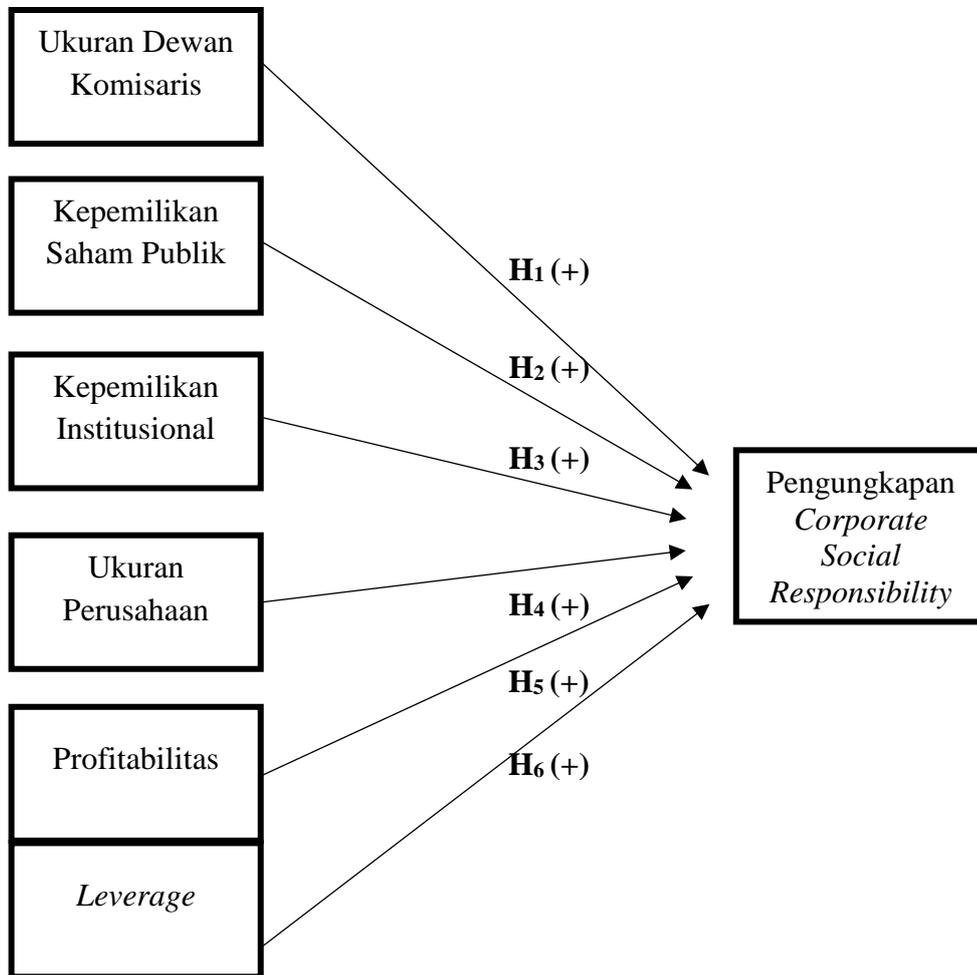
Hasil penelitian oleh Wulandari, *et al.*, (2016) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan maka nilai perusahaan akan semakin tinggi. Peningkatan nilai perusahaan dari pelaksanaan pengungkapan CSR tercermin dari harga saham dan laba perusahaan. Stacia dan Juniarti (2015) menunjukkan bahwa pengungkapan

CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI.

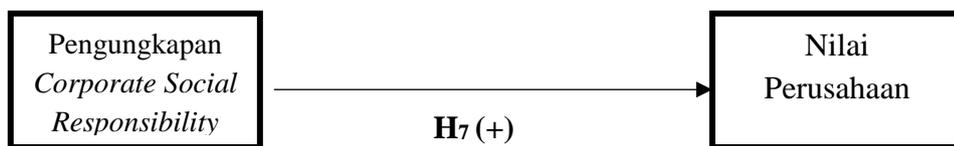
Diharapkan CSR dapat memberikan peningkatan harga saham perusahaan yang kemudian dapat meningkatkan nilai perusahaan. Dengan demikian, dapat disimpulkan pengungkapan CSR memiliki hubungan positif terhadap nilai perusahaan. Semakin banyak pengungkapan CSR yang dilakukan maka semakin tinggi pula nilai perusahaan (Kusumadilaga, 2010). Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat merumuskan hipotesis sebagai berikut :

**H<sub>7</sub> : Pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.**

### C. Kerangka Konseptual



**Gambar 2.1**  
**Model Penelitian 1**



**Gambar 2.2**  
**Model Penelitian 2**