

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Kajian Teoritis

##### 1. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Merupakan komitmen sebuah perusahaan untuk memberikan kontribusi dalam mengembangkan ekonomi yang bersifat berkelanjutan dengan menjalankan tanggung jawab dan memperhatikan aspek sosial, ekonomi dan lingkungan (Untung, 2008). Hal ini, juga disampaikan oleh Indraswari dan Astika (2015) yang menyatakan bahwa dalam CSR terdapat beberapa hal yang perlu diungkapkan yaitu meliputi bidang sosial, ekonomi, dan lingkungan didalam laporan tahunan perusahaan dilakukan untuk mencerminkan tingkat akuntabilitas, responsibilitas dan transparansi perusahaan kepada investor atau *stakeholders*. Menurut Deegan (2002) dalam Trisnawati (2012) menyatakan dari sisi filosofi konvensional, terdapat berbagai teori yang melatarbelakangi pelaksanaan CSR dalam perusahaan. Pertama, Teori Kapitalisme Milton Friedman (1967). Menurut teori ini, jika perusahaan melakukan aktivitas tanggung jawab sosial di luar kepentingan para pemegang sahamnya, maka akan menyalahi tujuan perusahaan.

Satu-satunya kewajiban perusahaan dan termasuk CSR didalamnya adalah memberikan kemakmuran kepada pemegang saham. Aktivitas donasi

dibolehkan jika dirasa dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan. Kedua, Teori Kontrak Sosial. Dalam teori ini diyakini bahwa perusahaan hanya dapat berusaha dengan baik jika ia didukung oleh masyarakat sekitarnya. Sehingga dalam hal ini perusahaan akan dianggap sebagai institusi sosial yang harus berkontribusi kepada lingkungan sosialnya. Ketiga, Teori Instrumen. Menurut teori ini CSR dipandang sebagai alat strategi untuk mencapai tujuan perusahaan. Sehingga menurut teori ini perusahaan dalam melakukan aktivitas CSRnya memiliki tujuan tertentu seperti menciptakan reputasi positif, kehumasan atau manfaat sejenis lainnya. Keempat, Teori Legitimasi. Menurut teori ini, perusahaan akan melakukan aktivitas CSR dikarenakan adanya tekanan sosial, politik dan ekonomi dari luar perusahaan. Sehingga perusahaan akan menyeimbangkan tuntutan tersebut dengan melakukan apa yang diinginkan oleh masyarakat dan apa yang diharuskan oleh peraturan (Trisnawati, 2012).

Praktik pengungkapan tanggung jawab sosial memegang peranan yang penting untuk perusahaan karena perusahaan hidup dilingkungan masyarakat dan tak jarang aktivitasnya memiliki dampak sosial dan lingkungan (Indraswari dan Astika, 2015). Bisnis bukan didalam lingkup satu ruang saja, tetapi segala keputusan yang dibuat oleh perusahaan secara langsung atau tidak langsung akan berpengaruh terhadap masyarakat, tidak seperti dulu keputusan hanya didasarkan pada analisis *cost benefit* semata (Fajar, 2010).

CSR kini juga berpijak pada *triple bottom line* tidak hanya pada *single bottom line* saja antara lain lingkungan, sosial, dan keuangan, (Daniri, 2008 dikutip dalam Machmud dan Djakman, 2008 dalam Insraswari dan Astika, 2014). Terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR diantaranya: Profitabilitas, kepemilikan saham publik, ukuran perusahaan, *Financial Leverage*, Likuiditas, Dewan komisaris, termasuk Media. Faktor-faktor diatas, dapat berpengaruh positif ataupun negatif, signifikan atau tidak signifikan terhadap CSR, hal itu bisa diakibatkan karena pengambilan sample yang berbeda atau pada periode yang tidak sama.

## 2. Teori yang berkaitan dengan CSR

### a. Teori Legitimasi

Teori Legitimasi merupakan teori yang berkaitan dengan respon masyarakat kepada perusahaan. Dapat diartikan, bahwa kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan akan selalu diawasi oleh masyarakat sekitar karena, notabennya perusahaan itu berdiri di lingkungan mereka. Masyarakat akan cenderung bersikap seperti bagaimana perusahaan bersikap kepada masyarakat. Jika perusahaan yang berdiri ditengah-tengah masyarakat tidak memberikan kontribusi apapun atau pertanggung jawaban pada masyarakat, kemungkinan terbesarnya akan timbul konflik antara masyarakat dan perusahaan.

Menurut Rofiqkoh dan Priyadi (2016) Teori legitimasi befokus pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat, teori ini menjadi landasan bagi perusahaan untuk memperhatikan apa yang menjadi harapan masyarakat dan mampu menyelaraskan dengan norma sosial yang berlaku dimana perusahaan melangsungkan kegiatan bisnisnya. Menurut teori ini suatu perusahaan beroperasi dengan ijin masyarakat, dimana ijin dapat ditarik apabila masyarakat menilai jika perusahaan tidak melakukan hal-hal yang diwajibkan kepadanya (Sari, 2013 dalam Rofiqkoh dan Priyadi, 2016).

Teori Legitimasi yang menegaskan bahwa perusahaan terus berlanjut untuk berusaha dan memastikan bahwa mereka beroperasi di dalam kerangka kerja dan norma yang ada di komunitas atau lingkungan di mana perusahaan adalah; mereka berusaha memastikan bahwa kegiatan perusahaan dapat diterima oleh pihak luar sebagai "sah" (Kiswanto, 2011 dalam Riantani dan Nurzamzam 2015 ). Menurut teori legitimasi, perusahaan harus secara konsisten beroperasi sejajar dengan nilai-nilai masyarakat. Perusahaan dapat menggunakan pengungkapan kepada tunjukkan perhatian manajemen terhadap nilai-nilai masyarakat, atau untuk mengalihkan perhatian masyarakat dari efek negatif dari aktivitas perusahaan (Riantani dan Nurzamzam, 2015).

b. Teori *Stakeholders*

*Stakeholder* merupakan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan yang meliputi karyawan, konsumen, pemasok,

masyarakat, pemerintah selaku regulator, pemegang saham, kreditur, pesaing, dan lain-lain (Purwanto, 2011 dalam Rofiqkoh dan Priyadi, 2016). Pendapat lain yaitu *Stakeholder* adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan (Hadi, 2011 dalam Rofiqkoh dan Priyadi, 2016). Teori *stakeholder*. Dalam teori *stakeholder*, manajemen diperlukan untuk menggambarkan dengan jelas apa yang harus diambil dalam mengelola perusahaan lebih spesifik terkait dengan perusahaan rencana yang akan dilakukan, ini berhubungan dengan *stakeholder* untuk memenuhi kepentingan perusahaan ( Riantani dan Nurzamzam, 2015).

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya* yang terkait dan/atau terkena dampak dari keberadaan perusahaan (Maiyarni, dkk 2014). Menurut Soelistyoningrum (2011) dalam Rofiqkoh dan priyadi (2016), alasan yang mendorong perusahaan perlu memperhatikan kepentingan *stakeholder*, yaitu:

- 1) Isu lingkungan melibatkan berbagai kepentingan berbagai kelompok dalam masyarakat yang dapat mengganggu kualitas hidup mereka.
- 2) Dalam era globalisasi telah mendorong produk-produk yang diperdagangkan harus bersahabat dengan lingkungan.

3) Para investor dalam menanamkan modalnya cenderung untuk memilih perusahaan yang memiliki dan mengembangkan kebijakan dan program lingkungan.

4) LSM dan pencinta lingkungan makin vokal dalam mengkritik perusahaan-perusahaan yang kurang peduli terhadap lingkungan.

Teori ini menjelaskan mengenai pentingnya perusahaan untuk memuaskan keinginan para *stakeholder*.

#### c. Teori Keagenan

Teori keagenan (*agency theory*) mengungkapkan adanya hubungan antara *principal* (pemilik perusahaan atau pihak yang memberikan mandat) dan *agent* (manajer perusahaan atau pihak yang menerima mandat) yang dilandasi dari adanya pemisahan kepemilikan dan pengendalian perusahaan, pemisahan penanggung resiko, pembuatan keputusan dan pengendalian fungsi-fungsi (Wardani, 2013 dalam Rofiqkoh dan Priyadi 2016). *Agency Theory* yang berfokus pada konflik agensi yang terjadi saat manajer (agen) yang diberdayakan oleh pemilik perusahaan (prinsipal), yaitu pemegang saham untuk membuat keputusan yang memicu konflik kepentingan (Riantani dan Nurzamzam, 2015) .

Suatu perusahaan memberi kesempatan kepada partisipan untuk berkontribusi dalam modal (*principal*), keahlian, dan tenaga kerja (*agent*) dalam rangka memaksimalkan keuntungan dalam jangka panjang. Teori keagenan, dapat menjelaskan bagaimana pihak-pihak yang terlibat dalam

perusahaan akan berperilaku, karena pada dasarnya antara *agent* dan *principal* memiliki kepentingan yang berbeda yang menyebabkan terjadinya konflik keagenan (*agent conflict*). Pada dasarnya, konflik keagenan terjadi karena adanya pemisahan antara kepemilikan dan pengendalian perusahaan. Adanya konflik kepentingan antara investor dan manajer menyebabkan munculnya *agency cost* yaitu biaya monitoring (*monitoring cost*) yang dikeluarkan oleh principal seperti auditing, penganggaran, sistem pengendalian dan kompensasi, biaya perikatan (*bonding expenditure*) yang dikeluarkan oleh *agent*, dan kerugian residual berkaitan dengan divergensi kepentingan antara *principal* dan *agent* (Sari dan Andayani 2016).

### 3. Variabel yang Mempengaruhi Pengungkapan CSR

#### a. Profitabilitas

Adalah mengukur kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba atau keuntungan pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu (Hanafi, 2013). Profitabilitas merupakan suatu perhitungan yang bertujuan untuk mengetahui tingkat laba yang diperoleh perusahaan berdasarkan komponen-komponen yang ada dalam perusahaan tersebut (Maiyarni, dkk 2014). Terdapat 3 rasio yang digunakan dalam mengukur profitabilitas :

##### 1) Profit margin

Menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu. Rasio ini juga diinterpretasikan sebagai kemampuan perusahaan menekan biaya-biaya (ukuran efisien) di perusahaan pada periode tertentu (Hanafi, 2013).

### 2) *Return on equity* (ROE)

Mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan modal tertentu (Hanafi, 2013).

### 3) *Return on asset* (ROA)

Mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset tertentu. Rasio yang tinggi, menunjukkan efisiensi dan efektivitas pengelolaan aset, yang berarti semakin baik (Hanafi, 2013).

## b. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang berfungsi untuk mengklasifikasikan besar kecilnya suatu entitas (Maiyarni, dkk 2014). Hal ini, dapat diartikan bahwa perusahaan yang besar akan lebih memiliki kegiatan operasional, pegawai atau laba yang lebih besar pula daripada perusahaan kecil. Maiyarni, dkk (2014) menyatakan bahwa hal ini dapat dijelaskan secara teoritis bahwa perusahaan besar merupakan



entitas bisnis yang tidak lepas dari tekanan politis yang lebih besar dibandingkan perusahaan kecil.

Tekanan politis bisa diartikan sebagai tekanan yang didapat dari masyarakat agar mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosialnya. Hal tersebut dapat dikatakan akan menghindarkan perusahaan dari kerugian biaya tuntutan yang akan dilakukan oleh masyarakat. Menurut Suripto (1999) dalam Indraswari dan Astika (2015) mengungkapkan pada umumnya perusahaan besar memiliki aktiva yang besar, penjualan besar, *skill* karyawan yang baik, sistem informasi yang canggih, jenis produk yang banyak, struktur kepemilikan lengkap, sehingga membutuhkan tingkat pengungkapan secara luas. Ukuran perusahaan dikaitkan dengan teori agensi, perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut (Maiyarni, dkk 2014).

#### c. Kepemilikan Saham Publik

Kepemilikan saham oleh publik adalah proporsi saham yang dimiliki publik/ masyarakat, yang tidak memiliki hubungan istimewa terhadap perusahaan. Yangmana, kepemilikannya  $\pm 5\%$  (Hamdani, dkk 2017). Pemegang saham publik merupakan pemegang saham minoritas disebuah perusahaan. Pemegang saham publik biasanya berbentuk entitas seperti perbankan, dana pensiun, asuransi, reksa dana, dan institusi lain. Faktor kepemilikan oleh publik dapat meningkatkan pengendalian

terhadap manajemen dan mengurangi perilaku mementingkan diri sendiri yang mungkin dilakukan (Agistia, 2012).

Investor publik memiliki kekuatan (*power*) dan pengalaman (*experience*) untuk bertanggung jawab dalam menerapkan prinsip perusahaandalam melindungi berbagai hak dan kepentingan seluruh pemegang saham, sehingga mereka menuntut perusahaan untuk melakukan komunikasi secara transparan (Agistia, 2012).

d. *Financial Leverage*

*Financial leverage* merupakan kemampuan perusahaan mengelola pendanaan dengan harapan dapat menambah keuntungan yang lebih besar sehingga dapat meningkatkan keuntungan bagi pemegang saham (Sartono, 2010 dalam Rahmazaniati, dkk 2014). Dana yang diperoleh melalui hutang diharapkan dapat dikelola dengan baik dengan harapan dapat menghasilkan arus dana pada masa yang akan datang dalam jumlah yang lebih besar daripada jumlah dana yang dilepaskan (Solikahan, dkk 2013 dalam Rahmazaniati, 2014).

Pembiayaan perusahaan dengan menggunakan hutang (*leverage*) diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan, sehingga dapat memberikan kemakmuran pemegang sahamnya (Rahmazaniati, dkk 2014). Hal ini sejalan dengan penelitian Kohansalet al. (2013) dalam Rahmazaniati (2014) yang menemukan bahwa *financial leverage* berpengaruh terhadap nilai pasar pada perusahaan industri makanan pada *stock exchange of Iran*. Artinya, perusahaan mampu mengelola dengan

baik dana yang berasal dari hutang untuk mendanai aktivitya sehingga berdampak pada nilai perusahaan.

## **B. Penelitian Terdahulu**

Beberapa penelitian yang telah meneliti faktor yang mempengaruhi CSR, menunjukkan hasil yang berbeda satu sama lain. Terdapat penelitian yang dilakukan oleh Hamdani, dkk (2017) dengan judul “Pengaruh Kepemilikan Saham Publik Dan *Return On Assets* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*” dengan objek perusahaan jasa yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2015, Berdasarkan pengujian hipotesis secara simultan Kepemilikan Saham Publik (KSP) dan *Return On Assets* (ROA) berpengaruh secara signifikan dengan arah positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social* Hasil pengujian secara parsial mengenai Kepemilikan Saham Publik (KSP) tidak berpengaruh signifikan secara negatif terhadap Pengungkapan CSR, sedangkan hasil pengujian secara parsial mengenai *Return On Assets* (ROA) berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap Pengungkapan CSR.

Penelitian yang dilakukan oleh Swandaridan Sadikin(2017) dengan judul “*The Effect Of Ownership Structure, Profitability, Leverage, And Firm Size On Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan obyek 64 Perusahaan yang listing di BEI periode 2012. Dengan hasil Kepemilikan instutuasional tidak berpengaruh terhadap CSR, Kepemilikan manajerial tidak berpengaruh pada CSR, Kepemilikan asing juga tidak berpengaruh

terhadap CSR, Profitabilitas (ROE) berpengaruh terhadap CSR. Hutang berpengaruh negatif terhadap CSR. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap CSR.

Penelitian yang dilakukan oleh Rofiqkoh dan Priyadi (2016), dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan” dengan obyek penelitian seluruh sektor perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2012-2014. Dengan hasil penelitian variabel profitabilitas memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, variabel *leverage* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan, variabel ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Maiyarni, dkk (2014), dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)” Pada Perusahaan Lq-45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2012. Dengan hasil penelitian yaitu Profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan CSR, ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR oleh perusahaan, likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan CSR, leverage berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian yang dilakukan oleh Rahayu dan Anisyukurlillah (2015), dengan judul penelitian “Pengaruh Kepemilikan Saham Publik, Profitabilitas Dan Media Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial”. Pada 46 perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di BEI tahun 2011-2013. Dengan hasil penelitian kepemilikan saham publik berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, pengungkapan media tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Penelitian yang dilakukan oleh Indraswari dan Astika (2014), dengan judul penelitian “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Kepemilikan Saham Publik Pada Pengungkapan CSR” , yang dilakukan pada 11 perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI selama periode 2010-2012. Dengan hasil penelitian profitabilitas berpengaruh positif pada pengungkapan *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan berpengaruh positif pada pengungkapan *corporate social responsibility*, kepemilikan saham publik berpengaruh negatif pada pengungkapan *corporate socialresponsibility*.

Penelitian yang dilakukan Indraswari dan Astika (2015), dengan judul penelitian “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan CSR” pada 11 perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI selama periode 2010-2012. Dengan hasil penelitiannya profitabilitas berpengaruh positif

pada pengungkapan *corporate social responsibility* di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2012, ukuran perusahaan berpengaruh positif pada pengungkapan *corporate social responsibility* di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2012, kepemilikan saham publik berpengaruh negatif pada pengungkapan *corporate socialresponsibility* di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2012.

Penelitian yang dilakukan oleh Pradnyani dan Sisdyani (2015), dengan judul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, Dan Ukuran Dewan Komisaris Pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan ” obyek penelitian yaitu 198 perusahaan selama tahun 2011-2013. Dengan hasil penelitiannya yaitu profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dimana dapat diartikan bahwa profitabilitas mampu memenuhi kebutuhan manajemen untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan, *leverage* tidak mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang mengartikan bahwa tingkat rasio *leverage* tidak mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sehingga perusahaan dengan ukuran dewan komisaris yang besar maka cenderung mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaannya semakin luas.

Penelitian yang dilakukan oleh Wedhana Purba dan Yadnya (2015), dengan judul penelitian “Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan

*Leverage Terhadap Profitabilitas Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility*”, obyek penelitian pada 66 perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Dengan hasil penelitian bahwa ukuran perusahaan mempengaruhi secara positif terhadap profitabilitas, *Leverage* mempengaruhi secara positif terhadap profitabilitas, ukuran Perusahaan mempengaruhi secara positif terhadap *leverage*, ukuran perusahaan mempengaruhi secara positif terhadap penerapan tanggung jawab sosial perusahaan, *leverage* mempengaruhi secara positif terhadap pengungkapan CSR perusahaan, profitabilitas mempengaruhi secara positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Penelitian yang dilakukan oleh Saputra (2016), dengan judul “Pengaruh *Leverage, Profitabilitas Dan Size* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Di Bursa Efek Indonesia”, dengan hasil penelitian bahwa *leverage* yang diukur dengan *debt to equity ratio* berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah pengungkapan *corporate social responsibility*, profitabilitas yang diukur dengan *return on assets* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah pengungkapan *corporate social responsibility*, *size* yang diukur dengan total asset berpengaruh negatif dan signifikan terhadap jumlah pengungkapan *corporate social responsibility*.

Penelitian yang dilakukan oleh Riantani dan Nurzamzam (2015), dengan judul penelitian “*Analysis Of Company Size, Financial Leverage, And Profitability And Its Effect To Csr Disclosure*”, pada perusahaan

rokok yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2007-2011. Dengan hasil penelitian ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap CSR, leverage tidak berpengaruh secara signifikan terhadap CSR, profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap CSR.

Penelitian yang dilakukan oleh Rahmazaniati, dkk (2014), dengan judul penelitian “Pengaruh Profitabilitas Dan *Financial Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Serta Dampaknya Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Termasuk Dalam Indeks Sri-Kehati Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia ”. dengan hasil penelitian bahwa Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR., *financial leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, *Financial leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, pengungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Cahyani and Suryaningsih (2016), dengan judul penelitian “*The Effect of Leverage, Board of Commissioner, Foreign Ownership, Company Age, and Company Size Towards the Disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) Implementation & 55 companies listed in the manufacturing sector of the Indonesia Stock Exchange from the period of 2013-2014*”. Hasil penelitian yang didapatkan yaitu *leverage* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Penerapan CSR, dewan komisaris berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Penerapan CSR, Kepemilikan Asing tidak berpengaruh secara



signifikan terhadap Keputusan Penerapan CSR, umur Perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Penerapan CSR, ukuran Perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Penerapan CSR.

### **C. Penurunan Hipotesis**

#### **1. Profitabilitas - CSR**

Semakin besar keuntungan sebuah perusahaan, maka diharapkan semakin banyak pula pengungkapan CSR yang dilakukan. Perusahaan yang memiliki laba yang lebih banyak, akan menggunakan laba yang dimiliki untuk melaksanakan kegiatan CSR lebih banyak pula karena anggaran yang disiapkan lebih banyak. Hal itu, menjadi kebanggaan tersendiri oleh perusahaan untuk mengungkapkan kegiatan CSR mereka demi menjaga citra baik perusahaan dan mendapat respon yang positif dari masyarakat. Teori yang mendukung faktor profitabilitas adalah teori legitimasi yaitu perusahaan akan mendapatkan etiket baik dari masyarakat karena tidak hanya memikirkan kelangsungan perusahaannya saja dengan profit yang didapat, tetapi juga melaksanakan tanggung jawab sosialnya terhadap masyarakat. Menurut teori legitimasi, perusahaan harus secara konsisten beroperasi sejajar dengan nilai-nilai masyarakat. Perusahaan dapat menggunakan pengungkapan kepada tunjukkan perhatian manajemen terhadap nilai-nilai masyarakat, atau untuk mengalihkan perhatian masyarakat dari efek negatif dari aktivitas perusahaan (Riantani dan Nurzamzam, 2015).

Menurut Hamdani dan Budiono (2017), *Return On Assets* (ROA) berpengaruh secara signifikan dengan arah positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social*. Penelitian yang mendukung jika profitabilitas berpengaruh positif lainnya adalah Swandaridan Sadikin(2017) dengan hasil Profitabilitas (ROE) berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR.

Penelitian lain yang mendukung lainnya adalah Indraswari dan Astika (2014), Pradnyani dan Sisdyani (2015), Indraswari dan Astika (2015), Purba dan Yadnya (2015), serta Rahmazaniati, dkk (2014). Dimana, semua penelitian diatas menunjukkan adanya hubungan yang positif serta signifikan antara profitabilitas terhadap pengungkapan CSR

**H<sub>1</sub> : Terdapat pengaruh positif dan signifikan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR**

## 2. Ukuran Perusahaan –CSR

Sebuah perusahaan yang besar, dapat diartikan bahwa kegiatan operasional yang dilakukan juga cukup tinggi, dengan jumlah karyawan yang juga besar, serta dibantu dengan teknologi-teknologi canggih yang dimiliki, sehingga perusahaan dengan ukuran yang lebih besar memiliki penjualan yang lebih banyak daripada perusahaan yang berukuran kecil. Dengan demikian, perusahaan akan memiliki dana yang memadai untuk melakukan pengungkapan CSR lebih banyak, sehingga semakin besar perusahaan maka semakin banyak pengungkapan CSR yang dilakukan

oleh sebuah perusahaan. Maka, ukuran perusahaan secara positif dan signifikan berpengaruh pada kegiatan CSR.

Berdasarkan teori legitimasi, perusahaan besar memiliki aktivitas yang lebih banyak, sehingga menimbulkan dampak sosial lingkungan yang lebih besar pula dibandingkan dengan perusahaan kecil (Rofiqkoh dan Priyadi 2016). Sembiring (2005), dalam Rofiqkoh dan Priyadi 2016) menyatakan bahwa perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan dan perusahaan yang lebih besar dengan aktifitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan akan semakin luas.

Secara umum, perusahaan besar akan mengungkapkan informasi sosial atau tanggung jawab sosial lebih banyak daripada perusahaan kecil. Hal ini dapat dijelaskan secara teoritis bahwa perusahaan besar merupakan entitas bisnis yang tidak lepas dari resiko tekanan politis yang lebih besar dibandingkan perusahaan kecil.

Tekanan politis ialah tekanan untuk entitas bisnis yang banyak disoroti oleh masyarakat luas agar lebih mengungkapkan tanggungjawab sosial (CSR) atas aktivitas usahanya terhadap lingkungan sekitarnya. Sembiring (2005), dalam Rofiqkoh dan Priyadi (2016) menyatakan bahwa disamping perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan

besar cenderung mendapat perhatian lebih dari masyarakat luas. Dengan demikian, biasanya perusahaan besar memiliki kecenderungan untuk selalu menjaga stabilitas dan kondisi perusahaan.

Penelitian yang berhasil membuktikan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan CSR adalah Rofiqkoh dan Priyadi (2016), dimana variabel ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Sama halnya penelitian yang dilakukan oleh Indraswari dan Astika (2014), yang dilakukan pada 11 perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI selama periode 2010-2012. Dengan hasil penelitian ukuran perusahaan berpengaruh positif pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Penelitian lainnya yang berpendapat sama dengan adanya hubungan positif dan signifikan antara lain Indraswari dan Astika (2015), Wedhana Yadnya (2015), serta Riantani dan Nurzamzam (2015). Sehingga, semakin besar sebuah perusahaan maka semakin banyak pula pengungkapan CSR yang dilakukan.

**H<sub>2</sub> : Terdapat pengaruh positif dan signifikan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR.**

### 3. Kepemilikan Saham Publik – CSR

Banyak perusahaan yang mengklaim telah melaksanakan kegiatan CSR untuk lingkungan sekitar, oleh karena itu perusahaan pun melakukan

pengungkapan CSR guna untuk meningkatkan kepercayaan publik dan menjaga citra perusahaan yang tidak hanya mengejar keuntungan semata, tapi juga berorientasi pada lingkungan dan sosial. Tekanan dari pemilik saham publik selaku *stakeholders*, membuat manajemen perusahaan, selain mengungkapkan kinerja keuangan perusahaan, tetapi juga harus mengungkapkan informasi CSR. Hal tersebut, menunjukkan kepedulian pemilik saham publik terhadap isu-isu sosial misalnya hak asasi manusia, pendidikan, tenaga kerja, dan lingkungan sebagai isu penting untuk diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan Rifqiyah (2016) dalam Hamdani, dkk (2017).

Saham yang dimiliki oleh publik mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut memiliki kredibilitas yang tinggi pada masyarakat dalam memberikan imbalan (*deviden*) dan juga perusahaan mampu beroperasi terus menerus (*going concern*) sehingga akan melakukan pengungkapan secara luas (Hamdani, dkk 2017). Teori yang mendukung hipotesis ini, adalah teori *stakeholders* yang mana perusahaan dalam pengambilan langkahnya tidak hanya mementingkan perusahaannya tetapi juga harus memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholders*).

Dalam hal ini, perusahaan mengungkapkan secara sukarela atas investasi lingkungan yang telah dilakukan untuk membuktikan kepada masyarakat atas kepedulian perusahaan tersebut dalam menjaga lingkungan dan memberikan nilai tambah serta manfaat bagi masyarakat

yang merupakan *stakeholder*-nya. Hubungan perusahaan dengan *stakeholder* dibangun berdasarkan konsep kebermanfaatan yang membangun kerjasama untuk bisa membangun kesinambungan usaha perusahaan (Rofiqkoh dan Priyadi 2016).

penelitian yang mendukung adalah penelitian yang dilakukan oleh Rahayu dan Anisyukurlillah (2015) dengan hasil penelitian bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan kepemilikan saham publik dan pengungkapan CSR.

**H<sub>3</sub> : Terdapat Pengaruh positif signifikan kepemilikan saham publik terhadap pengungkapan CSR.**

#### 4. *Financial Leverage*– CSR

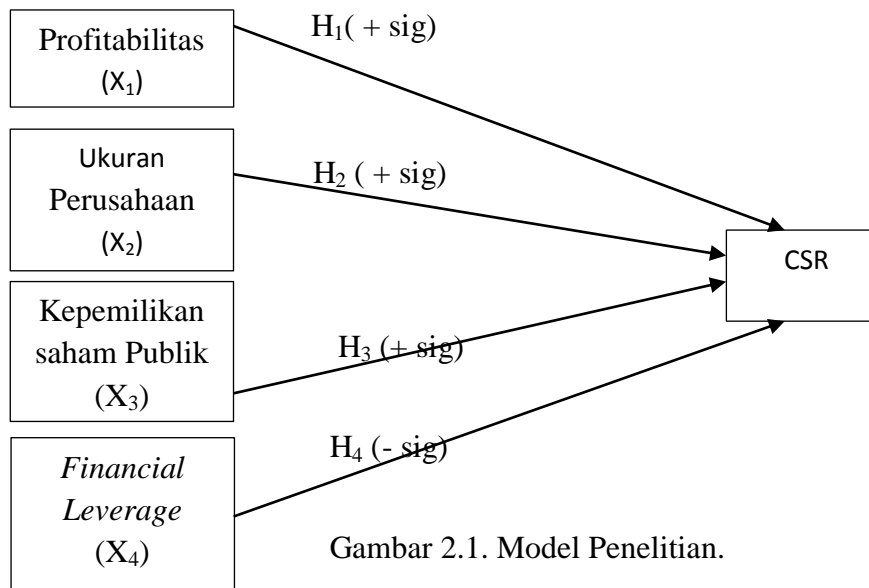
Hutang adalah salah satu sumber yang digunakan perusahaan untuk mendanai kegiatan operasional perusahaan itu sendiri, dengan banyaknya hutang yang diambil oleh perusahaan, diharapkan akan mendatangkan keuntungan dimasa yang akan datang. *Leverage* dapat juga diartikan perbandingan antara dana yang diperoleh dari eksternal perusahaan dengan dana yang dimiliki oleh perusahaan (Rofiqoh dan Priyadi, 2016).

Perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* tinggi, akan cenderung berfokus pada peningkatan laba agar mampu membiayai hutang yang diambil. Dengan begitu, *leverage* yang diukur dengan *debt to equity ratio* berpengaruh negatif terhadap jumlah *corporate socialresponsibility*, peningkatan posisi hutang dianggap sebagai langkah mundur bagi

manajemen karena akan mempengaruhi eksistensi perusahaan dan memperbesar risiko perusahaan untuk mengalami distress sehingga memicu sentimen negatif yang mendorong menurunnya pengungkapan *corporate social responsibility*, Ramadhaningsih dan Utama (2013) dalam Saputra (2016). Teori yang sejalan dengan hipotesis ini, adalah teori keagenan yang mana, jika *leverage* sebuah perusahaan tinggi akan ada biaya yang dinamakan *agency cost* yaitu biaya yang dikeluarkan oleh *principal* seperti *auditing*, penganggaran, sistem pengendalian dan kompensasi yang dikeluarkan pihak pemberi hutang untuk memonitoring kegiatan manajemen perusahaan. Jika hal itu terjadi, maka manajemen perusahaan akan berusaha untuk mengurangi konflik keagenan dengan cara melaporkan laba yang lebih tinggi dan mengurangi pengungkapan CSR demi kepentingan pemberi hutang.

Penelitian yang mendukung hipotesis ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Swandaridan Sadikin(2017). Serta penelitian yang dilakukan olehMaiyarni, dkk (2014).

**H<sub>4</sub> : Terdapat pengaruh negatif dan signifikan *financial leverage* terhadap pengungkapan CSR.**

**D. Model penelitian**

Gambar 2.1. Model Penelitian.