

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. LANDASAN TEORI

1. Teori *Stakeholder* (*Stakeholder Theory*)

Berdasarkan teori *stakeholder* dalam pengungkapan CSR perusahaan harus memperhatikan kepentingan *stakeholder* karena kualitas hidup mereka dapat terganggu oleh isu lingkungan yang melibatkan kepentingan dari masyarakat, produk yang diperdagangkan harus bersahabat dengan lingkungan, dan perusahaan memiliki kebijakan dan lingkungan yang membuat para investor untuk menanamkan modalnya, tujuan dari teori *stakeholder* yaitu untuk meningkatkan nilai dan meminimalkan kerugian bagi *stakeholder* untuk menolong manajer korporasi (Rokhlinasari, 2016).

Teori *stakeholder* menjelaskan bahwa komite audit berdasarkan Teori *stakeholder* yaitu Frekuensi pertemuan yang diadakan dapat mempengaruhi kualitas komite audit, semakin berkualitas komite audit maka semakin dapat memahami makna strategis dari pengungkapan yang dibutuhkan oleh *stakeholder*. Komite audit melakukan pengawasannya terhadap laporan keuangan dengan baik sesuai aturan yang berlaku sehingga jumlah

komite yang banyak akan mendorong pihak manajemen tidak hanya melaporkan keuangan saja tetapi membantu melakukan kinerja lingkungan dan sosial (Rivandi dan Putra, 2019).

Berdasarkan teori *stakeholder* bahwa semakin besar perusahaan maka akan semakin banyak pihak yang menjadi bagian dari *stakeholder*, perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan yang besar maka tuntutan dari *stakeholder* dalam manfaat keberadaan perusahaan juga akan semakin besar. Teori *Stakeholder* menekankan kepada perusahaan untuk mengetahui bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, tetapi perusahaan harus memberikan manfaat kepada *stakeholder* nya (Putri, 2017).

Pendekatan *stakeholder* berlatarbelakang dari keinginan untuk membangun sebuah kerangka kerja yang responsif terhadap perubahan lingkungan yang merupakan masalah yang dihadapi oleh manajer. *Stakeholder* merupakan pencapaian tujuan organisasi yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh kelompok atau individu. Pengungkapan sosial dan lingkungan dipandang sebagai dialog antara perusahaan dan *stakeholder*. Alasan mengapa perusahaan harus memperhatikan kepentingan *stakeholder* yaitu karena kualitas hidup mereka dapat terganggu oleh isu lingkungan yang melibatkan kepentingan dari kelompok dan masyarakat,

produk yang diperdagangkan dalam era globalisasi harus bersahabat dengan lingkungan, perusahaan yang memiliki kebijakan dan lingkungan akan membuat para investor untuk menanamkan modalnya. Tujuan dari teori *stakeholder* adalah meningkatkan nilai dan meminimalkan kerugian bagi *stakeholder* untuk menolong manajer korporasi. (Rokhlinasari, 2016).

Pengungkapan informasi berupa keuangan, sosial dan lingkungan dengan menyediakan informasi mengenai aktivitas perusahaan dilakukan untuk memenuhi kebutuhan informasi bagi para *stakeholder* yang mendapat dukungan untuk kelangsungan hidup perusahaan, dalam perusahaan semakin baik pengungkapan CSR maka *stakeholder* akan memberikan dukungan penuh ke perusahaan atas semua aktivitasnya yang tujuannya untuk meningkatkan kinerja dan mencapai laba yang diharapkan. Lindawati dan Puspita (2015).

Menurut Kasali (2005) dalam Lindawati dan Puspita (2015) menjelaskan bahwa *stakeholder* dibedakan menjadi beberapa macam yaitu *stakeholder internal* dan *eksternal*, yaitu internal berada dalam lingkungan organisasi misalnya seperti karyawan, manajer dan pemegang saham sedangkan *stakeholder* eksternal merupakan pemasok atau penyalur, konsumen, masyarakat dan pemerintah karena *stakeholder eksternal* berada diluar lingkungan

organisasi, selain itu ada *stakeholder* primer dan sekunder yaitu jika primer merupakan stakeholder yang harus diperhatikan perusahaan sedangkan yang sekunder merupakan *stakeholder* yang kurang penting, dan *stakeholder* marjinal merupakan *stakeholder* yang sering diabaikan oleh perusahaan (Hadi 2011:110) dalam Lindawati dan Puspita (2015).

Teori *Stakeholder* tidak hanya beroperasi untuk kepentingan dan keuntungan sendiri, tetapi harus memberikan manfaat bagi *stakeholder* yang terdiri dari pemegang saham, kreditor, konsumen, pemasok, pemerintah, masyarakat dan pihak lain. (Lindawati dan Puspita, 2015). Pemangku kepentingan meliputi pemegang saham, kreditor, karyawan, pelanggan, pemasok, regulator, dan kelompok kepentingan publik, harapan dari pemangku kepentingan dapat berbeda, sehingga manajemen perusahaan harus mencocokkan sumber daya dan kebijakan perusahaan dengan kepentingan *stakeholder* (Wuittichindanon, 2017).

Menurut Budimanta.dkk (2008) dalam Lindawati dan Puspita (2015) terdapat dua bentuk pendekatan *stakeholder* yaitu *old-corporate relation* dan *new-corporate relation*. *stakeholder old-corporate relation* merupakan perusahaan yang menekankan pada pelaksanaan aktifitas perusahaan yang terpisah dengan fungsi

di perusahaan dalam melakukan pekerjaannya tanpa ada kesatuan diantara fungsinya, hubungan dengan pihak diluar perusahaan hanya sebatas transaksional tidak ada kerjasama untuk menciptakan manfaat bersama, perusahaan yang memisahkan diri dengan *stakeholder* yang berasal dari luar atau dalam perusahaan merupakan pendekatan yang memunculkan banyak masalah atau konflik, hubungan yang dibangun dengan konsep manfaat bersama merupakan hubungan perusahaan dengan *internal stakeholder* sedangkan hubungan yang bersifat fungsional yang bertumpu pada kemitraan merupakan hubungan perusahaan dengan *stakeholder*. (Lindawati dan Puspita, 2015).

Teori *Stakeholder* merupakan teori yang menjelaskan tentang keberlangsungan perusahaan yang tidak lepas dari peran *stakeholder* baik dari internal maupun eksternal yang berasal dari latarbelakang yang berbeda dengan setiap *stakeholder* yang ada, CSR menjadi strategi untuk memenuhi kepentingan *stakeholder* untuk informasi non keuangan perusahaan yang berkaitan dengan dampak sosial dan lingkungan yang timbul akibat aktivitas perusahaan, semakin baik pengungkapan CSR maka akan membuat *stakeholder* memberikan dukungan yang penuh untuk perusahaan atas semua aktivitas yang tujuannya meningkatkan kinerja dan mencapai laba (Lindawati dan Puspita, 2015).

2. Teori Legitimasi.

Teori *legitimasi* menjelaskan bahwa dengan rasio likuiditas dapat melihat kekuatan perusahaan yang tinggi dan perusahaan yang memiliki keuangan tinggi akan menyebabkan perusahaan memberikan informasi yang luas daripada perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang rendah. (Romadhona dan Wibowo, 2020).

Berdasarkan teori legitimasi bahwa dengan melihat rasio likuiditas akan mengetahui tentang kekuatan perusahaan yang tinggi dan berhubungan dengan tingkat pengungkapan CSR yang tinggi, dalam perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang tinggi akan menyebabkan perusahaan memberikan informasi yang luas daripada perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang rendah, perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas tinggi akan melakukan kegiatan yang berhubungan dengan sosial akan semakin banyak dilakukan karena sebagai sinyal kepada perusahaan lain bahwa kinerja yang dimilikinya mempunyai kinerja yang lebih bagus, sehingga semakin banyak CSR dilakukan karena tingkat likuiditas yang tinggi maka akan menarik investor untuk mau berinvestasi ke perusahaannya karena CSR yang dilakukan menunjukkan kredibel (Romadhona dan Wibowo, 2020).

Menurut Kurniawan dan Yuniarta (2020) bahwa *stakeholder* mampu menilai dan mengetahui perusahaan tentang seberapa jauh perusahaan dapat memenuhi keinginan *stakeholder* dalam memenuhi informasi perusahaan.

Teori legitimasi menjelaskan bahwa ukuran perusahaan mempunyai hubungan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, perusahaan yang lebih besar akan memiliki atau melakukan aktivitas yang lebih banyak sehingga memiliki pengaruh yang besar terhadap masyarakat dan mempunyai banyak pemegang saham, ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya sebuah perusahaan, pada perusahaan yang besar memiliki kegiatan usaha yang lebih kompleks dan menimbulkan dampak yang besar bagi masyarakat dan lingkungan. Teori *Legitimasi* menjelaskan bahwa Perusahaan akan berusaha untuk mendapatkan pengakuan dari publik tentang bisnisnya, semakin besar sumber dana yang dimiliki oleh perusahaan, maka akan semakin besar juga usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan legitimasi melalui pelaksanaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang luas (Krisna dan Suhardianto, 2016).

Legitimasi diperoleh dari kesesuaian antara keberadaan sebuah perusahaan yang sesuai dengan eksistensi sistem nilai yang ada dalam masyarakat dan lingkungan, saat terjadi pergeseran yang

tidak sesuai akan mengancam legitimasi dari perusahaan Deegan,et.al.(2002) dalam Lindawati dan Puspita (2015).

Adanya kontrak sosial yang bersifat implisit antara perusahaan dan masyarakat yang menjadikan pengungkapan CSR menjadi media komunikasi antara keduanya diharapkan akan memperbaiki legitimasi perusahaan, meningkatkan keuntungan perusahaan dan memastikan *going concern* perusahaan. Teori *legitimasi* menjelaskan bahwa pengungkapan tanggung jawab perusahaan dilaksanakan supaya aktivitas dan kinerja perusahaan dapat diterima oleh masyarakat, perusahaan menggunakan kinerja yang berbasis sosial dan pengungkapan informasi lingkungan supaya melegitimasi aktivitas perusahaan di masyarakat, perusahaan dapat menimbulkan dampak sosial dan lingkungan sehingga praktik yang dilakukan merupakan alat manajerial yang digunakan perusahaan untuk menghindari konflik sosial dan lingkungan (Sukenti.dkk, 2017).

Teori *legitimasi* memfokuskan perusahaan terhadap interaksinya dengan masyarakat, sehingga organisasi mampu menciptakan keselarasan antara nilai sosial yang melekat dengan kegiatan dan norma perilaku yang ada dalam sistem sosial masyarakat dimana organisasi merupakan bagian dari sistem (Mudjiyanti dan Maulani, 2017). Teori legitimasi menjelaskan

bahwa perusahaan akan berusaha melakukan aktivitas sesuai batas dan norma dalam masyarakat yang berlaku sesuai dengan tempat beroperasinya perusahaan, teori legitimasi fokus dengan hubungan antara masyarakat dan perusahaan yang didasarkan pada perusahaan yang menyeimbangkan norma perilaku sistem sosial masyarakat dengan nilai sosial yang terkandung didalam perusahaan, dan dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR legitimasi tidak hanya untuk memaksimalkan keuntungan saja tetapi juga mempertahankan eksistensi perusahaan dalam jangka panjang (Fauziah dan Asyik, 2019)

3. Teori Keagenan (*Agency Theory*).

Teori keagenan menjelaskan bahwa Variabel Dewan Komisaris Berdasarkan teori keagenan, dengan mengungkapkan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan yang lebih luas maka pihak manajemen dapat mengurangi masalah keagenan yang muncul diantara *agent* dan *principle* (Pakpahan dan Rajagukguk, 2018). Dalam teori agensi bahwa dewan komisaris dianggap sebagai mekanisme pengendalian intern tertinggi yang bertanggungjawab dalam monitor tindakan manajemen puncak (Hutapea dan Malau, 2018).

Dalam Teori keagenan juga menjelaskan bahwa semakin besar ukuran suatu perusahaan maka dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial akan semakin luas dan dapat untuk mengurangi biaya keagenan (Pakpahan dan Rajagukguk, 2018).

Agency Theory merupakan agen dari suatu prinsipal yang mewakili seluruh kelompok yang berkepentingan dengan perusahaan. Manager diberi kekuasaan oleh, pemilik perusahaan yaitu pemegang saham untuk membuat sebuah keputusan, dimana hal ini menciptakan potensi konflik kepentingan yang dikenal dengan teori keagenan (*Agency Theory*). Berdasarkan teori agensi, manajer berusaha untuk memenuhi kepentingan stakeholder dengan cara mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada perusahaan (Putri, 2017).

Teori agensi dijelaskan bahwa masalah asimetri informasi (*information asymmetry*) yaitu antara manajemen dengan pemilik yang dapat memberikan kesempatan kepada manajer untuk melakukan tindakan oportunistik seperti manajemen laba mengenai kinerja ekonomi perusahaan sehingga dapat merugikan pemilik atau pemegang saham. Dengan adanya masalah agensi yang disebabkan oleh konflik kepentingan dan asimetri informasi, maka perusahaan harus bertanggung jawab atas biaya keagenan (*Agency*

cost). *Agency Cost* merupakan biaya yang dikeluarkan oleh prinsipal untuk biaya pengawasan terhadap agen, pengeluaran yang mengikat agen dan adanya *residual loss*, *Residual loss* merupakan nilai uang yang timbul dari adanya penyimpangan antara keputusan yang diambil agen dan keputusan yang dapat meningkatkan kesejahteraan prinsipal dan menyebabkan kerugian atau pengurangan kesejahteraan prinsipal (Rokhlinasari, 2016).

Informasi yang diberikan oleh perusahaan tentang pertanggungjawaban sosial memerlukan biaya, sehingga laba yang dilaporkan dalam tahun berjalan menjadi rendah, ketika sebuah perusahaan menghadapi biaya pengawasan dan biaya kontrak yang rendah, maka akan cenderung untuk mengungkapkan informasi pertanggungjawaban sosial. Berdasarkan teori agensi, perusahaan yang mengalami biaya pengawasan dan biaya kontrak yang rendah akan cenderung melaporkan laba bersih yang rendah atau mengeluaran biaya untuk kepentingan manajemen. kemudian, sebagai wujud dari pertanggungjawaban, maka manajer sebagai agen akan berusaha untuk memenuhi seluruh keinginan pihak prinsipal dengan melakukan *corporate environmental disclosure* sebagai tindakan CSR, *Corporate environmental disclosure* merupakan sinyal yang dapat mengalihkan perhatian pemegang

saham dari pengawasan manipulasi laba dan isu-isu lainnya (Rokhlinasari, 2016).

Teori agensi menggambarkan sebuah perusahaan sebagai titik temu antara pemilik perusahaan dengan manajemen. Perusahaan memerlukan biaya dalam memberikan informasi pertanggungjawaban sosial, sehingga laba yang dilaporkan dalam tahun berjalan menjadi lebih rendah. Ketika menghadapi biaya yang rendah pada biaya pengawasan dan biaya kontrak maka akan cenderung mengungkapkan informasi pertanggung jawaban sosial (Mujiyati dan Afianto, 2019).

Teori agensi menjelaskan bahwa perusahaan dapat merencanakan kompensasi atau memberikan rencana sukarela pengungkapan untuk dapat mengurangi biaya agensi. Kegiatan CSR mengharuskan perusahaan untuk dapat bertanggungjawab kepada pemangku kepentingan dan keseluruhan masyarakat. (Alotaibi dan Candidate, 2016).

4. Corporate Social Responsibility.

Corporate social responsibility dibagi kedalam tiga kategori umum yaang pertama yaitu Tanggung jawab sosial sebagai suatu kewajiban sosial artinya, perusahaan dapat diterima oleh masyarakat apabila perusahaan dapat mengejar laba didalam

batas peraturan yang telah ditentukan oleh masyarakat. Karena, masyarakat mengizinkan dan mendukung perusahaan tersebut berdiri, maka sebuah perusahaan harus membayar kepada masyarakat atas hak dalam mendapat keuntungan. Salah satu aktivitas yang bertanggung jawab secara sosial adalah memberikan sebuah program perbaikan sosial, dimana program perbaikan sosial harus ditetapkan dengan peraturan melalui kebijakan masyarakat dan tindakan atau sumbangan. (Rokhlinasari, 2016).

Kedua yaitu Tanggung jawab sosial sebagai suatu reaksi sosial yang artinya perilaku terhadap norma atau nilai yang dilaksanakan masyarakat sekarang. Perusahaan harus bertanggung jawab terhadap biaya, lingkungan dan sosial yang terjadi karena tindakannya. Perusahaan dikatakan bertanggung jawab sosial apabila tindakan yang dilakukan melebihi apa yang disyaratkan. (Rokhlinasari, 2016).

Ketiga yaitu Tanggung Jawab Sosial sebagai daya tanggap sosial. Ciri-ciri dari perilaku yang bersifat tanggap secara sosial yaitu penerimaan terhadap tuntutan dari masyarakat, kemauan untuk bertindak bagi kelompok apapun, antisiasti kebutuhan masyarakat yang akan datang dan bergerak untuk kepuasan mereka serta berkomunikasi dengan pemerintah tentang peraturan yang ada

dan mengantisipasi apa yang di inginkan oleh masyarakat. (Rokhlinasari, 2016).

Corporate Social Responsibility merupakan inti dari etika bisnis, dimana suatu perusahaan harus memiliki tanggung jawab sosial. Tanggung jawab sosial merupakan pendekatan dalam operasi bisnis perusahaan yang mengintegrasikan kepedulian sosial dan dalam interaksi dengan pemangku kepentingan (*stakeholder*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan. (Mujiyati dan Afianto, 2019). konsep *triple bottom line* yang dikemukakan oleh johnn elkington pada tahun 1997 dalam indrayenti dan jenny.2018 menjelaskan bahawa CSR memiliki tiga elemen yang penting yaitu :

1. Perusahaan dalam meningkatkan pendapatan harus memiliki tanggung jawab terhadap *profit*
2. Perusahaan dalam memberikan kesejahteraan kepada karyawan dan masyarakat harus memiliki tanggung jawab terhadap *people*
3. Perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap *planet* yaitu menjaga dan meningkatkan kualitas alam serta lingkungan perusahaan dimana perusahaan itu beroperasi

Dapat disimpulkan bahwa tanggung jawab sosial merupakan bentuk tanggung jawab yang dilakukan oleh perusahaan atas dampak positif maupun negatif yang timbul dari aktivitas operasionalnya. Tanggung jawab sosial merupakan pendekatan yang dalam operasi bisnis perusahaannya mengintegrasikan kepedulian sosial dan interaksi dengan pemangku kepentingan berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan jadi perusahaan tidak hanya bertanggungjawab terhadap pemiliknya tetapi juga terhadap *stakeholder* yang terkait dan terkena dampak dari keberadaan perusahaan, hal ini sesuai dengan teori *stakeholder* yang menjelaskan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang beroperasi untuk kepentingan sendiri tetapi memberikan manfaat terhadap *stakeholder* nya.(Putri, 2017).

Menurut Simamora dan Dameria (2020) menjelaskan bahwa *corporate social responsibility* merupakan mekanisme perusahaan untuk mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan sosial ke dalam operasi dan interaksinya dengan *stakeholder* yang melampaui tanggung jawab sosial dibidang hukum.

Perusahaan di indonesia dalam melakukan tanggung jawab sosial perusahaan saat ini banyak menjadi wacana, oleh karena itu banyak perusahaan yang melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial sebagai motivasi untuk meningkatkan kepercayaan

publik terhadap lingkungan sekitar perusahaan dalam pencapaian usaha dalam perbaikannya, dapat digambarkan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai informasi keuangan dan non keuangan yang tersedia dan berkaitan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik maupun sosial yang dapat membuat laporan keuangan tahunan perusahaan atau laporan seosial secara terpisah. (Budiman, 2015)

Pengungkapan CSR Mempunyai hubungan erat dengan investor, pada saat di pasar modal, investor membutuhkan informasi tentang perusahaan, informasi tersebut tentang tata kelola perusahaan, laba yang dihasilkan, laporan posisi keuangan dan lainnya, informasi tersebut sangat penting bagi investor untuk melihat prospek keberlangsungan bisnis dan persentase *return* saham yang diterima. (Kusumawati dan Fauziah, 2020).

Menurut Janra (2015) menjelaskan bahwa Pengungkapan CSR di Indonesia pelaksanaannya diatur dalam pernyataan standar akuntansi keuangan (PSAK) nomor 1 (revisi 2007) paragraph 9 yang menyarankan untuk mengungkapkan tanggung jawab dalam masalah sosial, pengungkapan CSR dilihat dalam laporan keberlanjutan perusahaan yang diterbitkan melalui laporan keuangan atau terpisah yang diterbitkan sendiri dalam laporan keberlanjutan suatu perusahaan, laporan keberlanjutan merupakan

laporan dari hasil pengukuran, pengungkapan dan upaya akuntabilitas dari kinerja organisasi yang ditunjukkan kepada pemangku kepentingan baik internal maupun eksternal dalam mencapai tujuan pembangunan. Dasar Penerapan CSR didasarkan pada peraturan dan perundang-undangan yang berlaku diantaranya:

- a. Undang-undang No.32 Tahun 2009 tentang perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup
- b. Undang-undang No.40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas (UUPT) yang mengatur bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan
- c. Undang-undang No.25 Tahun 2007 tentang penanaman modal yang mengatur bahwa setiap penanaman modal wajib melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan kepada lingkungan.
- d. Undang-undang No. 23 Tahun 1997 (pasal 1) yang mengatur tentang kewajiban setiap industri memiliki program *community development*.
- e. Peraturan otoritas jasa keuangan No. 29/POJK.04/2016 tentang laporan Tahunan emiten atau perusahaan publik

- f. Surat edaran OJK No.30/SEOJK.04/2016 tentang bentuk dan isi laporan Tahunan emiten atau perusahaan publik.

Perusahaan dalam mengungkapkan informasi aktivitas perusahaan dipertanggungjawabkan kepada masyarakat melalui informasi yang luas dan jelas, tujuan adanya pengungkapan CSR supaya perusahaan memberikan tanggungjawab sosial kepada masyarakat yang dilaksanakan dengan periode tertentu yang diungkapkan dalam laporan tahunan berisi tentang laporan program sosial dan lingkungan yang dilaksanakan oleh perusahaan. (Permatasari dan Widyawati, 2019).

Pengungkapan CSR merupakan pengukuran yang dilakukan untuk pengambilan keputusan yang dilakukan oleh *stakeholder* karena dalam tanggungjawab sosial dapat dilakukan untuk mencapai organisasi yang dapat berkelanjutan dan dapat digunakan untuk memperoleh keuntungan. Pengungkapan CSR dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut (Restu.dkk, 2017) :

$$CSDI_j = \frac{\sum XI_j}{n_j}$$

Keterangan :

$CSDI_j$ = *Corporate Social Responsibility Disclosure index* perusahaan

$\sum XI_j$ = Jumlah item *Corporate Social Responsibility* yang digunakan perusahaan. 1 jika item 1 diungkapkan ; 0= jika item 1 tidak diungkapkan.
Dengan demikian $0 < CSDI_j < 1$

N_j = Jumlah item untuk perusahaan j, $n_j=91$

5. Likuiditas.

Likuiditas merupakan kondisi yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mendanai operasional perusahaan dan melunasi hutang jangka pendeknya, Perusahaan yang memiliki keuangan sehat maka, akan lebih banyak mengungkapkan informasi CSR dibandingkan dengan perusahaann yang memiliki likuiditas atau keuangan rendah. Arthana (2009) dalam Mujiyati dan Afianto (2019).

Menurut Simamora dan Dameria (2020) likuiditas merupakan kemampuan perusahaan dalam membayar hutang jangka pendek dan jika dalam jangka pendek perusahaan tidak dapat mengelola maka dalam jangka panjang keadaan perusahaan akan semakin sulit, perusahaan dengan likuiditas tinggi akan berhubungan dengan pengungkapan sosial yang tinggi dan rasio likuiditas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan

dalam memenuhi kewajiban jangka pendek yang berupa hutang jangka pendek.

Likuiditas merupakan perbandingan antara aktiva lancar dengan hutang lancar sebuah perusahaan, likuiditas merupakan indikator mengenai kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban finansial jangka pendek pada saat jatuh tempo menggunakan aktiva lancar yang tersedia, dalam teori *stakeholder* menjelaskan bahwa ketika perusahaan mempunyai kinerja keuangan yang baik, maka diharapkan dapat memberikan kontribusi yang positif melalui kegiatan sosial dan mengungkapkan laporan tahunan perusahaan (Wasito dan Herwiyanti, 2016)

Rasio likuiditas merupakan kemampuan perusahaan yang memenuhi kewajiban jangka pendeknya secara tepat waktu. Perhitungan likuiditas yang digunakan adalah rasio lancar (*Current asset*). (Putri, 2017). adapun rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$CR = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Hutang Lancar}}$$

6. Ukuran Perusahaan.

Ukuran perusahaan merupakan skala yang berfungsi untuk mengklasifikasikan besar kecilnya entitas bisnis, Luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan dapat

dipengaruhi oleh skala ukuran perusahaan, Perusahaan besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi dibanding dengan perusahaan kecil, karena perusahaan yang besar akan menghadapi resiko politis yang lebih besar dibanding dengan perusahaan yang kecil. (Mujiyati dan Afianto, 2019).

Ukuran perusahaan merupakan variabel yang sering digunakan dalam menjelaskan pengungkapan tanggungjawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan, ukuran perusahaan adalah mengukur suatu integritas perusahaan yang terlihat dari besar kecilnya perusahaan, dimana perusahaan yang besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak dibandingkan perusahaan yang kecil. (Sulistiyorini dan Suryono, 2019).

Menurut Rofiqkoh dan Priyadi (2016) menyatakan bahwa berdasarkan teori legitimasi, ukuran perusahaan yang besar akan memiliki aktivitas yang lebih banyak, dampak sosial lingkungan yang ditimbulkan akan semakin banyak dibandingkan dengan perusahaan yang kecil.

Dalam teori agensi yang berguna untuk mengurangi biaya keagenan yang besar, karena perusahaan yang besar mempunyai biaya keagenan yang besar juga dan untuk menghadapi risiko yang

besar yaitu tekanan dalam melakukan pertanggungjawab sosial daripada perusahaan kecil (Putri, 2017).

Menurut Pakpahan dan Rajagukguk (2018) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan merupakan skala yang menentukan besar kecilnya sebuah perusahaan berdasarkan total aset perusahaan.

Ukuran perusahaan merupakan karakteristik perusahaan dalam hubungannya dengan struktur perusahaan, ukuran perusahaan dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan tanggungjawab sosial dan lingkungan oleh perusahaan, perusahaan yang besar umumnya mempunyai aset yang besar, penjualan yang besar, skill karyawan yang baik, sistem informasi canggih dan produk yang dihasilkan banyak sehingga meningkatkan pengungkapan yang lebih luas (Janra, 2015).

Menurut Janra (2015) ukuran perusahaan merupakan tingkat identifikasi besar atau kecilnya perusahaan berdasarkan total nilai aktiva, total penjualan, kapitalisasi pasar, jumlah tenaga kerja, semakin besar nilai item tersebut maka semakin besar juga ukuran perusahaan dan jika nilai aktiva semakin besar maka modal yang ditanam semakin banyak, semakin banyak penjualan maka perputaran uang semakin banyak dan semakin besar kapitalisasi pasar maka akan lebih dikenal dalam masyarakat.

Ukuran perusahaan (*size*) merupakan variabel yang banyak digunakan dalam menjelaskan variasi pengungkapan laporan tahunan perusahaan, dikaitkan dengan teori agensi dimana perusahaan yang memiliki biaya keagenan yang besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas supaya dapat mengurangi biaya keagenan tersebut. (Janra, 2015)

Ukuran perusahaan diproksikan menggunakan *Log* Natural total aset, yang tujuannya supaya mengurangi perbedaan yang signifikan antara perusahaan besar dan ukuran perusahaan yang kecil sehingga data dari total aset dapat terdistribusi dengan normal. (Putri, 2017).

Ukuran Perusahaan = Log Natural (Total aset)

7. Ukuran Dewan Komisaris.

Dewan komisaris memiliki tanggung jawab untuk mengawasi penerapan *Corporate Governance* yang baik termasuk masalah implementasi tanggung jawab sosial perusahaan terhadap pemangku kepentingan, Prinsip dalam pelaksanaan *corporate governance* yaitu implementasi CSR. (Rivandi dan Putra, 2019). Komite nasional kebijakan *Governance* atau KNKG (2006) menjelaskan definisi dewan komisaris yaitu “Dewan komisaris adalah bagian dari organ perusahaan yang bertugas dan

bertanggungjawab secara kolektif untuk melakukan pengawasan dan memberikan nasihat kepada direksi serta memastikan bahwa perusahaan melaksanakan GCG, Namun demikian, dewan komisaris tidak boleh turut serta dalam mengambil keputusan operasional”. Menurut KNKG (2006) pertanggung jawaban dewan komisaris yaitu

1. Dewan komisaris dalam fungsinya sebagai pengawas, menyampaikan laporan pertanggungjawab pengawas atas pengelolaan perusahaan oleh direksi. Laporan pengawasan dewan komisaris merupakan bagian dari laporan tahunan yang disampaikan kepada RUPS untuk memperoleh persetujuan.
2. Dengan diberikanya persetujuan atas laporan tahunan dan pengesahan atas laporan keuangan, artinya RUPS telah memberikan pembebasan dan pelunasan tanggungjawab kepada masing-masing anggota dewan komisaris sejauh hal-hal tersebut tercermin dari laporan tahunan, dengan tidak mengurangi tanggung jawab masing-masing anggota dewan komisaris dalam hal terjadi tindak pidana atau kesalahan dan atau kelalaian yang menimbulkan kerugian bagi pihak ketiga yang tidak dapat dipenuhi dengan aset perusahaan.

3. Pertanggungjawaban dewan komisaris kepada RUPS merupakan perwujudan akuntabilitas pengawasan atas pengelolaan perusahaan dalam rangka pelaksanaan asas GCG.

Menurut Budiman (2015) Dewan komisaris merupakan wakil *shareholder* didalam entitas yang berbadan hukum perseroan terbatas, dan memiliki tugas untuk mengawasi, memberikan pengarahan pada pengelola perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen yang bertanggungjawab untuk menentukan manajemen tersebut apakah memenuhi tanggung jawab dalam mengembangkan, menyelenggarakan, serta pengendalian intern perusahaan, dewan komisaris memiliki wewenang yang memberikan pengaruh untuk menekan manajemen dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan sehingga perusahaan yang lebih besar memiliki ukuran dewan komisaris akan banyak mengungkapkan informasi sosial, sebagai wakil dari *prinsipal*, dewan komisaris dapat dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial karena dewan komisaris merupakan pelaksana tertinggi didalam entitas, dengan mengungkapkan sebuah tanggung jawab sosial maka perusahaan akan mempunyai citra yang semakin baik.

Ukuran dewan komisaris dapat mempengaruhi tanggung jawab terhadap pihak eksternal perusahaan, jumlah dewan

komisaris dalam perusahaan diberi batas minimal tiga orang dewan komisaris oleh KNKG dan peraturan bank indonesia nomor 8/4/PBI/2006 yaitu satu orang sebagai ketua dan dua orang lainnya sebagai anggota, berdasarkan teori agensi dewan komisaris sebagai mekanisme pengendalian intern tertinggi yang bertanggung jawab dalam memonitor tindakan manajemen yang dikaitkan dengan pengungkapan informasi oleh perusahaan dan semakin besar ukuran dewan komisaris maka semakin meningkat pula komposisi pengalaman dan keahlian yang dimiliki oleh dewan komisaris sehingga dapat melakukan kegiatan monitoring dengan baik, dengan melakukan monitoring yang baik maka pengungkapan CSR terdiri dari tema kemasyarakatan, ketenagakerjaan, produk, dan lingkungan hidup yang semakin luas karena kemungkinan manajer dalam menyembunyikan informasi dapat dikurangi (Hutapea dan Malau, 2018).

Ukuran dewan merupakan jumlah anggota dewan komisaris didalam perusahaan, tugasnya untuk mengawasi dan menyetujui setiap keputusan yang telah dibuat oleh manajemen sehingga semakin besar ukuran dewan komisaris maka pengawasan yang dilakukan akan lebih semakin efektif (Leksono dan Butar, 2018).

Ukuran Dewan komisaris yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu banyaknya jumlah anggota perusahaan. Ukuran dewan

komisaris diukur dengan menghitung jumlah anggota dewan komisaris dalam perusahaan yang ada pada laporan tahunan perusahaan. (Restu.dkk, 2017)

Ukuran Dewan Komisaris = \sum Dewan Komisaris
Perusahaan.

8. Komite Audit.

Komite audit adalah komite yang dibentuk oleh dewan komisaris yang bertugas untuk membantu dewan komisaris dalam melaksanakan tugasnya (Mujiyati dan Afianto, 2019). Komite audit merupakan tangan kanan dari dewan komisaris yang mempunyai tugas dan fungsi terhadap perusahaan, sehingga memudahkan dalam mengendalikan dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif, berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka komite audit membantu dewan komisaris yang akan mempermudah dalam melaksanakan pengontrolan serta pengawasan tanggung jawab sosial (Rivandi (2018) dalam Rivandi dan Putra (2019)).

Menurut Komite nasional kebijakan Governance atau KNKG (2006) menjelaskan bahwa tugas komite audit yaitu membantu dewan komisaris untuk memastikan bahwa:

1. Laporan keuangan disajikan secara wajar sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku secara umum
2. Struktur pengendalian internal perusahaan dilaksanakan dengan baik
3. Pelaksanaan audit internal maupun eksternal dilaksanakan sesuai dengan standar audit yang berlaku
4. Tindak lanjut temuan hasil audit dilaksanakan oleh manajemen.

Jumlah anggota komite audit harus disesuaikan dengan kompleksitas perusahaan dengan tetap memperhatikan efektifitas dalam pengambilan keputusan. Bagi perusahaan yang sahamnya tercatat di bursa efek, perusahaan negara, perusahaan daerah, perusahaan yang menghimpun dan mengelola dana masyarakat, perusahaan yang produk atau jasanya digunakan oleh masyarakat luas terhadap kelestarian lingkungan, komite audit diketuai oleh komisaris independen dan anggotanya terdiri dari komisaris dan pelaku profesi dari luar perusahaan salah seorang anggota memiliki latar belakang dan kemampuan akuntansi dan keuangan (KNKG.2006)

Menurut Budiman (2015) Komite audit dibentuk oleh dewan komisaris, berdasarkan peraturan BAPEPAM bahwa perusahaan mempunyai kewajiban dalam memiliki komite audit

dan pedoman kerja komite audit, komite audit harus mempunyai sumber daya yang memadai dan kompeten yang tepat untuk dapat memenuhi fungsi pengawasan yang efektif. Komite Audit dibentuk dan menjalankan tugas dan tanggungjawab sesuai dengan peraturan yang berlaku, komite audit dibentuk berdasarkan peraturan/perundangan diantaranya :

- a. Undang-undang Republik Indonesia No.40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas
- b. Peraturan Bapepam nomor IX.15 tanggal 24 september 2004 nomor.Kep-29/PM/2004 perihal pembentukan dan pedoman pelaksanaan kerja komite audit.
- c. Peraturan Bapepam Nomor IX.15 Tanggal 7 Desember 2012 Nomor:Kep-643/BL/2012 pembentukan dan pedoman pelaksanaan kerja komite audit
- d. Peraturan otoritas jasa keuangan Nomor: KEP-643/BL/2012 Tanggal 29 9 Desember 2015 perihal pembentukan dan pedoman pelaksanaan kerja komite audit

Komite audit merupakan mekanisme pengendalian dalam perusahaan yang penting untuk meningkatkan transparansi perusahaan dan mendorong manajemen untuk mengungkapkan informasi lebih banyak lagi dalam perusahaan, keefektifan fungsi

komite audit dapat melindungi kepentingan dari pemangku kepentingan yang menginginkan pengungkapan yang jujur dan profesional, dalam perusahaan semakin independen komite audit maka pengungkapan informasi semakin banyak dilakukan oleh manajemen perusahaan yang merupakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.(Budiman, 2015)

Fungsi audit adalah membantu dewan komisaris, peran dan tanggung jawab komite audit di kelompokkan menjadi 3 yaitu *financial reporting*, *Corporate Governance* dan *risk and control manangement*, bidang GC komite audit harus memastikan bahwa perusahaan telah melaksanakan dan mematuhi peraturan hukum dan peraturan lain yang berlaku. (Leksono dan Butar, 2018)

Komite audit merupakan komite yang dibentuk oleh dewan komisaris dan bekerja secara profesional yang tugasnya membantu dan memperkuat dewan komisaris dalam menjalankan fungsi pengawasan atas proses pelaporan keuangan, manajemen risiko, pelaksanaan audit dan implementasi dari GCG diperusahaan dan keberadaan komite audit diharapkan dapat membentuk kinerja dewan komisaris dalam pengungkapan laporan pertanggungjawaban sosial oleh perusahaan dalam mengatasi konflik yang timbul antara pihak manajemen dan pemilik perusahaan (Restu.dkk, 2017).

komite audit diukur dengan menghitung jumlah anggota komite audit di perusahaan yang terdapat dalam laporan tahunan perusahaan. (Restu.dkk, 2017)

$$\text{Komite Audit} = \sum \text{anggota komite audit.}$$



B. Hasil Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

Hasil Penelitian Terdahulu

| No | Peneliti dan Tahun peneliti | Variabel | Hasil penelitian |
|----|---------------------------------------|---|--|
| 1 | Simamora, J.T.M dan R.Dameria 2020 | Variabel Independen : Analisis Pengaruh Leverage Dan Likuiditas Variabel Dependen : Pengungkapan Corporate Social Responsibility | 1. Variabel likuiditas memiliki pengaruh terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (Y) |
| 2 | Mujiyati, dan R.D.Afianto 2019 | Variabel independent: Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Komite Audit, Dan Likuiditas Variabel Dependen: CSR. | 1. ukuran perusahaan berpengaruh terhadap CSR. 2. komite audit tidak berpengaruh terhadap CSR. |

Lanjutan Tabel 2.1

| | | | |
|----|-------------------------------|---|--|
| | | | 3. likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. |
| 3. | Rivandi,M dan A.H.Putra. 2019 | Variabel Independent : Dewan Komisaris Dan Komite Audit Variabel Dependen: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> . | 1. dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan high profile di Bursa Efek Indonesia 2. komite audit berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan high profile di Bursa Efek Indonesia |

Lanjutan Tabel 2.1

| | | | |
|----|----------------------------------|--|---|
| 4. | Indrayenti dan Jenny 2018 | <p>Variabel independen : Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas, Dan Leverage</p> <p>Variabel Dependen : Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.</p> | <p>1. Ukuran perusahaan yang telah diukur dengan Total Assets secara statis berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab social</p> <p>2. Ukuran dewan komisaris yang telah diukur dengan jumlah anggota dewan komisaris dalam perusahaan secara statis berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab social</p> |
|----|----------------------------------|--|---|

Lanjutan Tabel 2.1

| | | | |
|----|---|---|---|
| 5. | Sulistyorini,N.dan B.Suryono 2019 | Variabel Independen : Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Likuiditas Variabel dependen : Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan | 1. profitabilitas mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. 2. ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan 3. likuiditas mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. |
|----|---|---|---|

Lanjutan Tabel 2.1

| | | | |
|----|---|---|---|
| 6. | Putri,R.K. 2017 | Variabel independen : Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Dan Basis Kepemilikan Variabel Dependen : Corporate Social Responsibility | Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen |
| 7. | Kastamutuwardhani, D, dan Khairunnisa. (2019) | Variabel independen : Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Variabel dependen : Pengungkapan Csr | 1. Variabel profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR 2. Variabel profitabilitas secara parsial memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR |

Lanjutan Tabel 2.1

| | | | |
|----|--|--|--|
| | | | <p>3. Variabel leverage secara parsial memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR.</p> <p>4. Ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR</p> |
| 8. | <p>Pakpahan, Y, dan L. Rajagukguk 2018</p> | <p>Variabel independen : Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Dan Media Exposure</p> <p>Variabel Dependen : Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial</p> | <p>1. Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial</p> <p>2. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial</p> |

Lanjutan Tabel 2.1

| | | | |
|-----|-------------------------------------|--|---|
| | | | <p>3. Ukuran dewan komisaris memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan</p> <p>4. Media exposure memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.</p> |
| 9. | Kusumawati,E, dan F.F. Fauziah 2020 | <p>Variabel independen: Likuiditas, Leverage, Dewan Komisaris Independen, Kinerja Lingkungan, Dan Kepemilikansaham Publik</p> <p>Variabel dependen : Pengungkapan CSR.</p> | <p>8. Dewan komisaris independen, likuiditas, kinerja lingkungan, dan leverage berpengaruh terhadap pengungkapan CSR</p> <p>9. kepemilikan saham publik tidak berpengaruh terhadap CSR.</p> |
| 10. | Mawati, S.E 2017 | <p>Variabel independen : Ukuran Perusahaan, Tingkat Profitabilitas,</p> | |

Lanjutan Tabel 2.1

| | | | |
|-----|--|--|--|
| 10. | | <p>Likuiditas Dan Ukuran Dewan Komisaris.</p> <p>Variabel Dependen : Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr).</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Ukuran perusahaan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR 2. Profitabilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap CSR 3. Likuiditas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR 4. Ukuran dewan komisaris secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR |
|-----|--|--|--|

Lanjutan Tabel 2.1

| | | | |
|----|----------------------------------|---|---|
| 11 | Hutapea,D.H dan E.L.Malau (2018) | <p>Variabel independen : <i>Good corporate Governance</i></p> <p>Variabel Dependen : Pengungkapan CSR</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Struktur kepemilikan tidak berpengaruh terhadap pengungkap CSR 2. Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR 3. Komposisi dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR 4. Struktur kepemilikan, ukuran dewan komisaris dan komposisi dewan komisaris secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan CSR. |
|----|----------------------------------|---|---|

Lanjutan Tabel 2.1

| | | | |
|-----|--|---|---|
| 12 | Krisna, A.D, dan N.Suhardianto. (2016) | Variabel independen : ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, kepemilikan institusional, ukuran dewan komisaris, ukuran dewan direksi dan ukuran komite audit. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Ukuran perusahaan dan komite audit memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. 2. Profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR 3. Leverage tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR 4. Kepemilikan institusional, dewan komisaris, dewan direksi tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. |
| 13. | Budiman,N.A (2015) | Variabel independen : Umur listing perusahaan, kepemilikan institusional, kepemilikan asing, | <ol style="list-style-type: none"> 1. Umur listing perusahaan, kepemilikan institusional, kepemilikan asing, |

Lanjutan Tabel 2.1

| | | | |
|-----|------------------------|--|--|
| | | <p>ukuran dewan komisaris, profitabilitas, ukuran perusahaan, independen komite audit, struktur modal</p> <p>Variabel dependen : Pengungkapan CSR</p> | <p>ukuran dewan komisaris dan profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR</p> <p>2.. Ukuran perusahaan,independensi komite audit, struktur modal tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR</p> |
| 14. | Restu,M.dkk. (2017) | <p>Variabel independen : ukuran dewan komisaris, proporsi dewan komisaris independen dan ukuran komite audit.</p> <p>Variabel Dependen : pengungkapan CSR.</p> | <p>1. Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR</p> <p>2. Proporsi dewan komisaris independen tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.</p> <p>3. Ukuran komite audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.</p> |

Lanjutan Tabel 2.1

| | | | |
|----|-------------------------------------|--|--|
| 15 | Leksono,A.A dan S.B.Butar (2018) | <p>Variabel independen : <i>sustainability report</i>, GCG, komite audit, Karakteristik perusahaan.</p> <p>Variabel Dependen : pengungkapan CSR.</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Komite audit tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR 2. Ukuran Dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. 3. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. 4. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. 5. Leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. |
| 16 | Gantowati.E dan K.F.Agustine. 2017. | <p>Variabel independen : <i>firm's characteristics and CSR disclosure, indonesia and malaysia Cases</i></p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR |

Lanjutan Tabel 2.1

| | | | |
|----|-----------------------------|--|---|
| | | Variabel Dependen : CSR | 2. Likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. |
| 17 | Janra,D.M 2015 | Variabel independen : Kepemilikan manajerial, Leverage, profitabilitas dan ukuran perusahaan Variabel Dependen : Pengungkapan Tanggung jawab sosial. | 1. Kepemilikan manajerial dan leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial 2. Profitabilitas dan ukuran dewan perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial |
| 18 | Wasito.G.A.dkk. 2016 | Variabel independen : CG, Profitabilitas, Likuiditas, dan Solvabilitas | 1. <i>Corporate Governace</i> ,profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial |

Lanjutan Tabel 2.1

| | | | |
|----|-----------------------------------|--|---|
| 18 | | Variabel Dependen : pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. | 2. Likuiditas dan Solvabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. |
| 19 | Putri,K.A dan E.M.Aditya 2019 | Variabel independen : profitabilitas, likuiditas, dan leverage Variabel dependen : pengungkapan CSR | 1. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap CSR. 2. Likuiditas tidak berpengaruh terhadap CSR. 3. Leverage tidak berpengaruh terhadap CSR. |
| 20 | Sukasih.A dan E.Sugiyanto 2017 | Variabel independen : <i>good corporate governance</i> , kinerja lingkungan Variabel Dependen : pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> . | 1. Kepemilikan manajerial, institusional berpengaruh negatif terhadap CSR. 2. Komite audit, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris dan kinerja perusahaan berpengaruh negatif terhadap CSR. |

Lanjutan Tabel 2.1

| | | | |
|----|-----------------------------|---|--|
| 21 | Wiyuda.I dan H.pramono 2017 | <p>Variabel independen : good corporate governance, karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i>.</p> <p>Variabel dependen : CSR</p> | <p>1. Kepemilikan institusional, dewan komisaris, profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR</p> <p>2. Komite audit berpengaruh negatif terhadap CSR.</p> |
| 22 | Fauziah.I dan N.F Asyik | <p>Variabel independen : Profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan dan ukuran dewan komisaris</p> <p>Variabel Dependen : CSR</p> | <p>1. Profitabilitas dan Leverage tidak berpengaruh terhadap CSR</p> <p>2. Likuiditas dan Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap CSR.</p> |
| 23 | Subramaniam.dk k.2016. | <p>Variabel independen : <i>liquidity implications</i> (Likuiditas)</p> <p>Variabel Dependen : CSR</p> | <p>1. Likuiditas berpengaruh positif terhadap CSR</p> |

C. Kerangka Pemikiran

Tanggung jawab sosial merupakan pendekatan yang mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis, Tanggungjawab perusahaan tidak hanya terhadap pemegang saham saja tetapi juga terhadap *stakeholder* (Putri, 2017). Landasan hukum tentang tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia sangat kuat, dibuktikan dengan disahkan UU No.40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas, pada pasal 74 ayat 1 dijelaskan bahwa perseroan terbatas yang menjalankan usaha dibidang yang bersangkutan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan karena tanggung jawab sosial dianggap sebagai kebutuhan perusahaan yang apabila dirancang dengan benar maka akan menjadi investasi sosial yang berguna dalam waktu jangka panjang, baik untuk meningkatkan citra perusahaan di publik atau masyarakat dan investor maupun menjadi strategi bisnis dan bagi perusahaan menjadi pengendalian risiko sosial perusahaan. (Budiman, 2015).

Jika dikaitkan dengan *Grand Theory*, yaitu teori *stakeholder*, teori legitimasi dan teori keagenan, maka sangat penting pengungkapan tanggungjawab sosial terhadap perusahaan, karena berdasarkan teori *stakeholder* dalam pengungkapan CSR perusahaan harus memperhatikan kepentingan *stakeholder* karena kualitas hidup mereka dapat terganggu oleh isu lingkungan yang melibatkan kepentingan dari masyarakat, produk

yang diperdagangkan harus bersahabat dengan lingkungan, dan perusahaan memiliki kebijakan dan lingkungan yang membuat para investor untuk menanamkan modalnya, tujuan dari teori *stakeholder* yaitu untuk meningkatkan nilai dan meminimalkan kerugian bagi *stakeholder* untuk menolong manajer korporasi (Rokhlinasari, 2016).

Variabel Likuiditas menggunakan *grand theory* yaitu teori *legitimasi* bahwa dengan rasio likuiditas dapat melihat kekuatan perusahaan yang tinggi dan perusahaan yang memiliki keuangan tinggi akan menyebabkan perusahaan memberikan informasi yang luas daripada perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang rendah. (Romadhona dan Wibowo, 2020).

Dalam Teori keagenan juga menjelaskan bahwa semakin besar ukuran suatu perusahaan maka dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial akan semakin luas dan dapat untuk mengurangi biaya keagenan (Pakpahan dan Rajagukguk, 2018).

Teori keagenan digunakan untuk Variabel dewan komisaris yaitu Berdasarkan teori keagenan, dengan mengungkapkan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan yang lebih luas maka pihak manajemen dapat mengurangi masalah keagenan yang muncul diantara *agent* dan *principle*.(Pakpahan dan Rajagukguk, 2018). dalam teori agensi bahwa dewan komisaris dianggap sebagai mekanisme pengendalian intern

tertinggi yang bertanggungjawab dalam monitor tindakan manajemen puncak. (Hutape dan Malau, 2018)

Kemudian untuk variabel komite audit, grand theory yang digunakan yaitu teori *stakeholder* yaitu Frekuensi pertemuan yang diadakan dapat mempengaruhi kualitas komite audit, semakin berkualitas komite audit maka semakin dapat memahami makna strategis dari pengungkapan yang dibutuhkan oleh *stakeholder*. Komite audit melakukan pengawasannya terhadap laporan keuangan dengan baik sesuai aturan yang berlaku sehingga jumlah komite yang banyak akan mendorong pihak manajemen tidak hanya melaporkan keuangan saja tetapi membantu melakukan kinerja lingkungan dan sosial. (Rivandi dan Putra, 2019)

Berdasarkan landasan teori dan hasil dari penelitian terdahulu tentang pengaruh likuiditas, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris dan komite audit terhadap pengungkapan CSR, maka penelitian saat ini mengindikasikan bahwa likuiditas, Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris dan Komite Audit berpengaruh positif terhadap CSR.

Menurut Simamora dan Dameria (2020) likuiditas merupakan kemampuan perusahaan dalam membayar hutang jangka pendek , perusahaan dengan likuiditas tinggi akan berhubungan dengan pengungkapan sosial yang tinggi dan rasio likuiditas merupakan rasio

yang mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek yang berupa hutang jangka pendek.

Penelitian yang dilakukan oleh Putri (2017), menjelaskan bahwa Likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* karena sebuah perusahaan yang memiliki likuiditas yang tinggi maka menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendeknya dengan tepat waktu dan bentuk apresiasi yang dilakukan oleh perusahaan untuk menambah sebuah kepercayaan dan *image* yang positif maka dengan cara mempublikasikan informasi tambahan yang merepresentatifkan kegiatan perusahaan yang peduli dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Demikian pula penelitian Subramaniam, Samuel dan Mahenthiran (2016); Gantjowati dan Augustine (2017), menunjukkan hasil likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Penelitian lain yang dilakukan oleh sulistyorini dan Suryono (2019), Fauziah dan Asyik (2019) menjelaskan bahwa Likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Ukuran perusahaan merupakan skala yang berfungsi mengklasifikasikan besar kecilnya suatu entitas bisnis dan pengungkapan informasi dalam laporan keuangan dapat dipengaruhi oleh skala ukuran perusahaan, perusahaan yang besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi dibanding dengan perusahaan yang kecil, dalam kegiatan CSR

perusahaan yang besar memiliki modal yang lebih banyak (Mujiyati dan Afianto.2019).

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Mujiyati dan Afianto (2019) dan Indrayenti dan Jenny (2018) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR karena semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin banyak melakukan pengungkapan CSR, dan perusahaan besar merupakan sebuah emiten yang banyak disorot oleh masyarakat dan sebaliknya semakin kecil ukuran perusahaan maka dalam melakukan pengungkapan CSR akan semakin sedikit.

Kemudian Penelitian yang dilakukan oleh Sulistyorini (2019) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* karena perusahaan yang lebih besar akan lebih bertahan dibandingkan dengan perusahaan yang berukuran kecil, karena semakin besar sebuah entitas, maka akan semakin besar sumber daya yang dimiliki, jadi semakin besarnya sumber daya yang dimiliki oleh entitas maka akan lebih berhubungan dengan *stakeholder*, jadi diperlukan pengungkapan tanggung jawab sosial.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Indrayenti dan Jenny (2018), Putri (2017), Krisna dan Suhardianto (2016) serta Gantowati dan Agustine (2017) menjelaskan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh

positif terhadap Pengungkapan CSR, jadi dengan beberapa hasil penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti dapat disimpulkan bahwa hal ini menunjukkan ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Kemudian untuk Ukuran dewan komisaris merupakan jumlah anggota dewan komisaris didalam perusahaan, tugasnya untuk mengawasi dan menyetujui setiap keputusan yang telah dibuat oleh manajemen sehingga semakin besar ukuran dewan komisaris maka pengawasan yang dilakukan akan lebih semakin efektif (Leksono dan Butar, 2018).

Menurut Budiman (2015), Dewan komisaris memiliki wewenang yang cukup memberikan pengaruh yang kuat untuk menekan manajemen dalam mengungkapkan tanggungjawab sosial perusahaan, sehingga perusahaan yang memiliki jumlah atau ukuran dewan komisaris yang besar akan banyak mengungkapkan informasi sosial dan dengan melakukan pengungkapan informasi sosial dan lingkungan yang luas, perusahaan akan memenuhi kebutuhan *stakeholder* mengenai informasi yang mereka butuhkan.

Penelitian yang dilakukan oleh Budiman (2015) menyatakan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR karena dewan komisaris memiliki wewenang yang dapat memberikan pengaruh terhadap manajemen untuk mengungkapkan

tanggung jawab sosial perusahaan, sehingga ukuran dewan komisaris yang besar dalam perusahaan akan lebih banyak mengungkapkan tanggung jawab sosial dan dengan mengungkapkan informasi yang lebih luas maka perusahaan akan mampu memenuhi kebutuhan para *stakeholder* tentang informasi yang mereka butuhkan.

kemudian menurut penelitian yang dilakukan oleh Pakpahan dan Rajagukguk (2018) menjelaskan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial karena dalam perusahaan jika semakin banyak jumlah anggota dewan komisaris maka dapat meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosialnya, karena dewan komisaris merupakan pelaksana tertinggi dalam sebuah entitas, dan memberikan pengaruh yang untuk menekankan manajemen untuk mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial perusahaan.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Indrayenti dan Jenny (2018), Kusumawati dan Fauziah (2020), Hutapea dan Malau (2018) menjelaskan bahwa Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, jadi berdasarkan penelitian yang sudah diteliti oleh beberapa peneliti dapat disimpulkan bahwa ukuran dewan komisaris memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

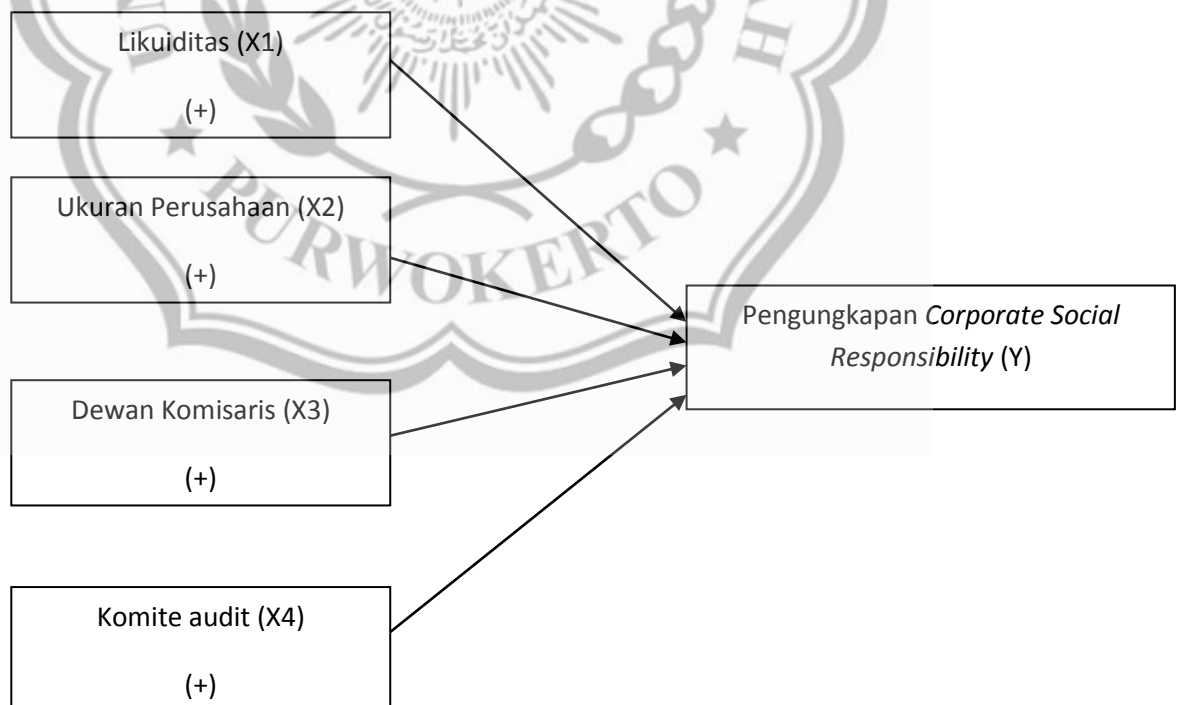
Menurut Rivandi dan Putra (2019) komite audit merupakan tangan kanannya dewan komisaris yang mempunyai tugas dan tanggung jawab terhadap perusahaan. Semakin banyak jumlah komite audit maka semakin dapat mendorong pihak manajemen dalam melakukan kinerja lingkungan sosial yang tidak hanya melaporkan keuangan saja dan semakin banyak jumlah anggota audit maka fungsi pengawasan yang diberikan semakin baik sehingga dapat melakukan evaluasi dan mengendalikan seluruh aspek kinerja perusahaan serta monitoring yang akan semakin efektif. Maka dapat disimpulkan bahwa komite audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Penelitian yang dilakukan oleh Rivandi dan Putra (2019) menjelaskan bahwa komite audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR karena perusahaan meningkatkan jumlah komite audit untuk meningkatkan pengawasannya terhadap kegiatan sosial, semakin banyak jumlah komite audit maka akan semakin baik fungsi pengawasan yang diberikan sehingga kegiatan sosial akan berjalan dengan lancar dan legitimasi akan terjaga, komite audit mempunyai peran penting dalam proses penyusunan laporan keuangan seperti menjaga terciptanya sistem pengawasan perusahaan yang memadai termasuk dalam pengawasan lingkungan sosial sehingga pengungkapan CSR akan dilakukan dengan baik.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Restu.dkk (2017), Rivandi dan Putra (2019), dan Krisna dan Suhardianto (2016) Menjelaskan bahwa Komite audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Dengan adanya beberapa penelitian yang telah dilakukan, maka likuiditas, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris dan komite audit sangat penting untuk dikaji dan diteliti yang kaitannya dengan pengungkapan CSR. Penelitian ini dilakukan untuk memberi gambaran tentang pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan di Indonesia, sehingga model kerangka yang dihasilkan yaitu sebagai berikut :

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian



D. Pengembangan Hipotesis.

1. Pengaruh Likuiditas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Rasio likuiditas tinggi yang dimiliki oleh perusahaan akan mendorong perusahaan melakukan pengungkapan CSR karena manajemen dapat mengelola dengan baik kewajiban mereka dan jika perusahaan yang dikelola manajemen dengan baik maka keuntungan perusahaan akan semakin besar dan dapat mendorong perusahaan untuk melakukan CSR. (Kusumawati dan Fauziah,2020)

Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan membayar hutang jangka pendeknya menggunakan aktiva lancar yang tersedia, apabila keuangan yang dimiliki perusahaan semakin kuat maka perusahaan akan lebih memberikan informasi yang lebih dari pada perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang lemah. (Fauziah dan Asyik,2019)

Dengan menggunakan grand theory yaitu teori legitimasi bahwa dengan rasio likuiditas dapat melihat kekuatan perusahaan yang tinggi dan perusahaan yang memiliki keuangan tinggi akan menyebabkan perusahaan memberikan informasi yang luas daripada perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang rendah (Romadhona dan Wibowo, 2020). Menurut Kurniawan dan Yuniarta (2020) bahwa *stakeholder*

mampu menilai dan mengetahui perusahaan tentang seberapa jauh perusahaan dapat memenuhi keinginan *stakeholder* dalam memenuhi informasi perusahaan.

Menurut teori legitimasi menjelaskan bahwa perusahaan yang memiliki rasio likuiditas yang tinggi maka akan cenderung memberikan informasi dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki likuiditas rendah, kemudian menurut teori *stakeholder* menjelaskan bahwa perusahaan yang mendapatkan kinerja keuangan yang baik maka perusahaan tersebut diharapkan dapat memberikan kontribusi yang positif dengan melakukan kegiatan sosial dan mengungkapkan laporan tahunan yang menunjukkan bahwa perusahaan tersebut peduli dengan kondisi masyarakat sekitar. (Wasito.dkk.2016)

Penelitian yang dilakukan oleh Putri (2017), menjelaskan bahwa Likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* karena sebuah perusahaan yang memiliki likuiditas yang tinggi maka menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendeknya dengan tepat waktu dan bentuk apresiasi yang dilakukan oleh perusahaan untuk menambah sebuah kepercayaan dan *image* yang positif maka dengan cara mempublikasikan informasi tambahan yang merepresentasikan kegiatan perusahaan yang peduli dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan. .

Penelitian yang dilakukan oleh Wasito (2015) menjelaskan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR karena apabila perusahaan mendapatkan kinerja keuangan yang baik maka harus memberikan kontribusi positif melalui kegiatan sosial dan mengungkapkannya dalam laporan tahunan perusahaan, semakin tinggi nilai likuiditas maka perusahaan akan semakin tinggi pula dalam melakukan CSR, perusahaan yang memiliki likuiditas tinggi maka akan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki kemampuan dalam membayar kewajiban jangka pendek, perusahaan dengan likuiditas tinggi akan cenderung meningkatkan program sosial yang dilakukan oleh perusahaan, tujuannya yaitu untuk meningkatkan program tanggung jawab sosial yang dapat meningkatkan citra perusahaan dimata di depan para pemangku kepentingan dan menciptakan keyakinan jika perusahaan tersebut juga peduli dengan kegiatan sosial.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Sulistyorini dan Suryono (2019) mengatakan bahwa Likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR karena perusahaan yang mempunyai likuiditas tinggi akan memberikan sinyal kepada perusahaan bahwa mereka lebih baik dalam melakukan kegiatan tentang lingkungan sosial, perusahaan yang mempunyai tingkat likuiditas dalam melakukan pengungkapan tanggungjawab sosial perlu dilakukan secara luas karena dapat

mengurangi sorotan dari kreditur yang dituntut supaya perusahaan tersebut aktif dalam pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Kusumawati dan Fauziah (2020) menjelaskan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR karena pada perusahaan yang ada dampak dari rasio likuiditas yang rendah akan mendorong manajemen melakukan pengungkapan CSR secara luas dan lengkap karena kondisi finansial perusahaan yang kurang baik yang belum dapat membayar kewajiban jangka pendeknya maka akan menutupi rendahnya likuiditas suatu perusahaan dengan cara mereka melakukan pengungkapan CSR.

Demikian pula dengan penelitian dari Subramaniam, Samuel dan Mahenthiran (2016) serta Gantjowati dan Agustine (2017), menunjukkan hasil bahwa likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka hipotesis yang dapat digunakan adalah

H1 : Likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

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

Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Budiman (2015) menjelaskan bahwa berdasarkan teori legitimasi ukuran perusahaan mempunyai hubungan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, perusahaan yang lebih besar akan memiliki atau melakukan aktivitas yang lebih banyak sehingga memiliki pengaruh yang besar terhadap masyarakat dan mempunyai banyak pemegang saham, ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya sebuah perusahaan, pada perusahaan yang besar memiliki kegiatan usaha yang lebih kompleks dan menimbulkan dampak yang besar bagi masyarakat dan lingkungan.

Perusahaan yang memiliki ukuran besar cenderung akan melakukan kegiatan pengungkapan informasi lebih banyak dibanding dengan perusahaan yang berukuran kecil dan perusahaan, perusahaan besar lebih banyak mengungkapkan informasi karena akan lebih banyak menghadapi risiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan yang kecil (Janra, 2015). Ukuran perusahaan merupakan salah satu variabel yang digunakan untuk mengungkapkan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan, menurut Anggraini (2011) dalam (Budiman, 2015) menjelaskan bahwa perusahaan yang besar

merupakan emiten yang banyak di sorot oleh masyarakat dengan melakukan pengungkapan yang besar maka merupakan wujud tanggungjawab dari sosial perusahaan, karena semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin besar pula pengungkapan tanggung jawab sosial yang di lakukan oleh perusahaan.

Perusahaan yang memiliki ukuran besar cenderung memiliki *public demand* dalam informasi yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan yang kecil, dan perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan yang besar juga memiliki biaya keagenan yang besar, dan nantinya akan mengungkapkan informasi yang lebih luas, hal ini dilakukan untuk mengurangi biaya keagenan yang dikeluarkan. (Janra, 2015).

Menurut Kamil dan Herusetya (2012) dalam Sulistyorini dan Suryono (2019) menjelaskan bahwa perusahaan yang besar dapat bertahan, karena semakin besar entitas maka semakin besar pula sumber daya yang dimiliki. Dengan semakin besarnya sumber daya yang dimiliki oleh entitas maka akan lebih banyak berhubungan dengan *stakeholders*, sehingga diperlukan tingkat pengungkapan dalam tanggung jawab sosial.

Berdasarkan teori *stakeholder* bahwa semakin besar perusahaan maka akan semakin banyak pihak yang menjadi bagian dari

stakeholder, perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan yang besar maka tuntutan dari *stakeholder* dalam manfaat keberadaan perusahaan juga akan semakin besar. Dan berdasarkan teori legitimasi yaitu perusahaan yang semakin besar akan melakukan aktivitas perusahaannya semakin banyak sehingga dalam masyarakat memiliki pengaruh yang lebih besar Fauziah dan Asyik (2019).

Menurut Rofiqkoh dan Priyadi (2016) menjelaskan bahwa perusahaan yang memiliki aset besar maka perusahaan tidak lepas dari tuntutan untuk memiliki kinerja yang baik, salah satu cara untuk kinerja yang baik yaitu memperhatikan keadaan lingkungan sosial seperti melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang lebih luas supaya masyarakat lebih percaya terhadap perusahaan yang memiliki citra tang baik, dan apabila perusahaan berkelanjutan melakukan tanggung jawab sosial maka perusahaan akan berjalan dengan baik.

Dalam penelitian Sulistyorini dan Suryono (2019) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* karena perusahaan yang lebih besar akan bertahan dibandingkan dengan perusahaan yang berukuran kecil, karena semakin besar sebuah entitas, maka akan semakin besar sumber daya yang dimiliki, jadi semakin besarnya sumber daya yang dimiliki

oleh entitas maka akan lebih berhubungan dengan *stakeholder*, jadi diperlukan pengungkapan tanggung jawab sosial.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Mujiyati dan Afianto (2019) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR karena semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin banyak mengungkapkan CSR, perusahaan merupakan emitan yang disorot dan sebaliknya jika perusahaan semakin kecil maka akan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial semakin sedikit.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Krisna dan Suhardianto (2016) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR karena semakin besar sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan maka semakin besar juga usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh legitimasi dengan melaksanakan pengungkapan tanggung jawab perusahaan yang luas.

Penelitian lain yang mendukung penelitian penelitian di atas adalah hasil penelitian dari Subramaniam, Samuel dan Mahenthiran (2016) dan penelitian Gantowati dan Agustine (2017). Berdasarkan beberapa penelitian yang telah dilakukan maka hipotesis yang dapat disimpulkan adalah

H2 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

3. Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris Terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Budiman (2015) menjelaskan bahwa dewan komisaris adalah badan hukum perseroan terbatas dan merupakan wakil *shareholder* didalam suatu entitas, dewan komisaris memiliki tugas untuk mengawasi, memberikan arahan kepada pengelola perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen dan bertanggung jawab dalam menentukan manajemen apakah memenuhi tanggungjawab dalam mengembangkan dan menyelenggarakan pengendalian intern perusahaan. Perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris yang lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi sosial dan dengan melakukan pengungkapan yang lebih luas, perusahaan dapat memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh *stakeholder*.

Semakin besar ukuran dewan komisaris maka akan memudahkan perusahaan untuk mengelola dan mengontrol jalannya perusahaan, ukuran dewan komisaris sebagai elemen dari praktek GCG yang dikaitkan dengan pengungkapan CSR, maka tekanan terhadap

manajemen akan semakin besar untuk mengungkapkannya. (Hutapea dan Malau, 2018)

Semakin Banyak dewan komisaris diperusahaan maka semakin luas untuk pengungkapan sosial perusahaan karena kondisi manajemen yang baik dan mudah dalam mengendalikan serta monitoring yang dilakukan semakin efektif dan dalam musyawarah mempermudah dalam pengambilan keputusan dan mencari kesepakatan dalam perkembangan musyawarah sangat membantu, dan ketika mengungkapkan tanggung jawab sosial akan membuat tekanan manajemen semakin ekstensif.(Rivandi dan Putra, 2019)

Berdasarkan teori keagenan yaitu dengan mengungkapkan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan yang lebih luas maka pihak manajemen dapat mengurangi masalah keagenan yang muncul diantara *agent* dan *principle*.(Pakpahan dan Rajagukguk, 2018). dalam teori agensi bahwa dewan komisaris dianggap sebagai mekanisme pengendalian intern tertinggi yang bertanggungjawab dalam monitor tindakan manajemen puncak. (Hutapea dan Malau, 2018)

Penelitian yang dilakukan oleh Mawati (2017) menyatakan bahwa Dewan komisaris Berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* karena peran dewan komisaris yang dalam pengawasan terhadap manajer sangat membantu kebijakan

manajer dalam melakukan pengungkapan aktivitas sosial perusahaan dalam *annual report*.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Pakpahan dan Rajagukguk (2018) menjelaskan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial karena dalam perusahaan jika semakin banyak jumlah anggota dewan komisaris maka dapat meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosialnya, karena dewan komisaris merupakan pelaksana tertinggi dalam sebuah entitas, dan memberikan pengaruh yang menekankan manajemen untuk mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

H3 : Ukuran Dewan Komisaris Berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

4. Pengaruh Komite audit Terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Komite audit memberikan pengaruh yang besar terhadap luas pengungkapan CSR, perusahaan meningkatkan pengawasannya terhadap kegiatan sosial dengan meningkatkan jumlah komite audit, semakin banyak jumlah komite audit maka semakin baik juga fungsi

dari pengawasan yang diberikan sehingga kegiatan sosial berjalan dengan lancar. (Krisna dan Suhardianto, 2016)

Menurut Restu.dkk, (2017) menjelaskan bahwa komite audit merupakan komite yang dibentuk oleh dewan komisaris dan bekerja secara profesional dan independen yang tugasnya membantu dan memperkuat dewan komisaris dalam menjalankan fungsinya dalam mengawasi proses pelaporan keuangan, manajemen risiko, pelaksanaan audit dan implementasi dari GCG diperusahaan. Semakin banyak komite audit maka akan semakin baik dalam meningkatkan pengungkapan CSR dan keberadaan komite audit diharapkan dapat membantu kinerja dewan komisaris dan mengatasi konflik yang ada yang timbul antara pihak manajemen dan pemilik usaha.

Frekuensi pertemuan yang diadakan dapat mempengaruhi kualitas komite audit, semakin berkualitas komite audit maka semakin dapat memahami makna strategis dari pengungkapan yang dibutuhkan oleh *stakeholder*. Komite audit melakukan pengawasannya terhadap laporan keuangan dengan baik sesuai aturan yang berlaku sehingga jumlah komite yang banyak akan mendorong pihak manajemen tidak hanya melaporkan keuangan saja tetapi membantu melakukan kinerja lingkungan dan sosial. (Rivandi dan Putra, 2019)

Komite audit merupakan tangan kanan dari dewan komisaris yang mempunyai tugas dan tanggungjawab terhadap perusahaan, semakin banyak jumlah komite audit maka akan mendorong pihak manajemen untuk melakukan kinerja lingkungan sosial yang tidak hanya melaporkan keuangan saja dan jika jumlah audit semakin banyak maka fungsi pengawasan yang diberikan akan semakin baik juga, sehingga dapat melakukan evaluasi dan mengendalikan seluruh aspek kinerja perusahaan akan semakin efektif (Rivandi dan Putra, 2019).

Penelitian yang dilakukan oleh Rivandi dan Putra (2019) bahwa komite audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR karena komite audit memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap pengungkapan CSR dibandingkan dengan dewan komisaris, dalam perusahaan meningkatkan pengawasan terhadap kegiatan sosial dengan cara meningkatkan jumlah komite audit, dimana keberadaan komite audit bisa membantu dewan komisaris dalam melakukan pengawasan kinerja perusahaan, baik secara internal maupun eksternal, semakin banyak jumlah komite audit maka dalam fungsi pengawasan yang diberikan akan semakin baik dan membuat kegiatan sosial akan berjalan dengan lancar dan legitimasi akan terjaga. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Restu.dkk, (2017) menjelaskan bahwa ukuran komite audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Dengan demikian maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H4 : Komite Audit Berpengaruh positif terhadap pengungkapan
Corporate Social Responsibility.

