

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasa Teori

Adapun teori yang mendasari pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dalam penelitian ini adalah teori keagenan, teori *stakeholder*, dan teori legitimasi.

1. Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan dikemukakan pertama kali oleh Jensen dan Meckling (1976). Teori keagenan menjelaskan hubungan antara agen (manajemen suatu usaha) dan prinsipal (pemilik usaha). Menurut Jensen dan Meckling (1976) menyatakan bahwa adanya hubungan keagenan antara pihak yang memberi wewenang (prinsipal) yaitu investor, dengan pihak yang menerima wewenang (agen) yaitu manajer. Teori ini mengasumsikan bahwa semua individu bertindak atas kepentingan mereka sendiri, sehingga terjadi konflik kepentingan antara prinsipal dan agen karena kemungkinan agen tidak selalu berbuat sesuai dengan kepentingan prinsipal dan memicu biaya keagenan (*agency conflict*). Teori keagenan menganalisis dan mencari solusi atas dua permasalahan yang muncul dalam hubungan antara investor sebagai prinsipal dan manajer suatu perusahaan sebagai agen (Wartyna & Apriwenmi, 2018).

Dalam hubungan keagenan terdapat 3 faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yaitu biaya pengawasan (*monitoring cost*), biaya kontrak (*contracting cost*), dan visibilitas politis. Perusahaan yang melakukan pengungkapan informasi tanggung jawab sosial dengan tujuan untuk meningkatkan image perusahaan serta mendapatkan perhatian dari masyarakat. Perusahaan tersebut memerlukan biaya dalam rangka memberikan informasi pertanggungjawaban sosial (Fahrizqi, 2010).

Berdasarkan teori keagenan, perusahaan besar akan mengeluarkan biaya yang besar untuk kepentingan manajemen salah satunya yaitu biaya

yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat. Kemudian, sebagai wujud pertanggungjawaban manajer sebagai agen akan berusaha memenuhi seluruh keinginan pihak prinsipal, dalam hal ini pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan (Fahrizqi, 2010).

Pandangan teori keagenan melihat penyebab munculnya potensi konflik yang mempengaruhi kualitas informasi laporan keuangan karena adanya pemisahan antara pihak prinsipal dan agen (Janra, 2015).

2. Teori *Stakeholder* (*Stakeholder Theory*)

Teori *stakeholder* dikemukakan pertama kali oleh Freeman (1983), latar belakang pendekatan *stakeholder* adalah keinginan untuk membangun suatu kerangka kerja yang responsif terhadap masalah yang dihadapi para manajer saat itu yaitu perubahan lingkungan. Teori *stakeholder* semakin menguatkan konsep bahwa perusahaan bertanggungjawab tidak hanya kepada kepentingannya sendiri tetapi juga kepada para pemangku kepentingan atau *stakeholder* (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain). *Stakeholder* seperti sebuah kelompok atau individual yang dapat memberi atau terkena dampak oleh hasil tujuan perusahaan (Tamba, 2011). Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat ditentukan oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Yulfaida, 2012).

Teori ini menjelaskan mengenai pentingnya perusahaan untuk memuaskan keinginan para *stakeholder*. Salah satu strategi perusahaan untuk menjaga hubungan dengan *stakeholder* yaitu dengan melakukan pengungkapan CSR, adanya pengungkapan CSR diharapkan dapat memenuhi keinginan *stakeholder* sehingga tercipta hubungan yang baik antara perusahaan dengan *stakeholder* (Fahrizqi, 2010). Adanya tekanan dari *stakeholder* dapat membuat perusahaan menyajikan informasi secara lengkap dan layak baik informasi keuangan maupun non keuangan misalnya informasi pengungkapan tanggung jawab sosial. Dalam hal ini

perusahaan akan mengungkapkan secara sukarela atas pengungkapan informasi kinerja 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 (Rofiqkoh & Priyadi, 2016).

Hubungan perusahaan dengan *stakeholder* dibangun berdasarkan konsep kebermanfaatan yang membangun kerjasama untuk terciptanya keberlanjutan usaha perusahaan. Laporan keuangan adalah cara paling efisien bagi perusahaan untuk berkomunikasi dengan *stakeholder* (Paramitha & Hermanto, 2016). Dalam menetapkan dan menjalankan strategi bisnisnya, perusahaan yang menjalankan CSR akan memperhatikan dampak aktivitas yang dilakukan terhadap kondisi sosial dan lingkungan, dan berupaya agar memberikan dampak positif. Teori *stakeholder* lebih memfokuskan kekuatan antara *stakeholder* di perusahaan dengan manajemen perusahaan.

3. Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Teori legitimasi dikemukakan pertama kali oleh Dowling dan Pfeffer (1975). Legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat, pemerintah, individu dan kelompok masyarakat. Untuk itu sebagai suatu sistem yang mengedepankan keberpihakan terhadap masyarakat, operasi perusahaan harus sesuai dengan harapan masyarakat (Paramitha, 2016). Teori ini menjadi landasan bagi perusahaan untuk memperhatikan apa yang menjadi keinginan dan harapan masyarakat serta mampu menyelaraskan dengan norma sosial yang berlaku dimana perusahaan melangsungkan kegiatan bisnisnya.

Teori legitimasi penting bagi suatu organisasi karena teori legitimasi didasari oleh batasan-batasan, norma-norma, nilai-nilai, dan peraturan sosial yang membatasi perusahaan agar memperhatikan kepentingan sosial dan dampak dari reaksi sosial yang ditimbulkan. Untuk itu pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) digunakan untuk

memperoleh nilai positif dan legitimasi dari masyarakat (Paramitha, 2016). Teori legitimasi menjelaskan tentang pengakuan masyarakat, teori ini menganjurkan perusahaan meyakinkan masyarakat supaya dapat menerima aktivitas dan kinerja perusahaan. Perusahaan membutuhkan pengakuan masyarakat dengan cara mengungkapkan CSR melalui laporan tahunan mereka, supaya perusahaannya dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Diterimanya perusahaan oleh masyarakat merupakan suatu bentuk legalitas bagi perusahaan, sehingga nilai perusahaan akan naik dan laba perusahaan meningkat. Hal tersebut dapat mendorong investor dalam melakukan pengambilan keputusan investasi. Pengungkapan CSR bagi perusahaan memberikan gambaran positif dimata para *stakeholder*, sehingga dapat menunjang keberlangsungan hidup perusahaan tersebut (Janra, 2015).

Perusahaan dapat mengungkapkan informasi yang berhubungan dengan organisasi sosial, komunitas masyarakat dan lingkungan yang diperlukan. Informasi tersebut dapat diungkapkan dalam *sustainability report* sebagai akuntabilitas terhadap publik yang bertujuan untuk mendapatkan legitimasi masyarakat dan menjelaskan bagaimana dampak sosial dan lingkungan yang diakibatkan oleh perusahaan (Rofiqkoh & Priyadi, 2016).

4. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Program *corporate social responsibility (CSR)* adalah salah satu program yang diadakan oleh perusahaan yang ditujukan untuk masyarakat dan lingkungan sekitarnya dengan melalui berbagai kegiatan sosial guna membangun citra yang baik tentang perusahaan tersebut (Wartyna dan Apriwenni, 2018). CSR adalah suatu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan masyarakat, yang dilakukan dengan melaksanakan berbagai kegiatan yang bermanfaat bagi masyarakat di lingkungan sekitar perusahaan (Laksmitaningrum, 2013). Menurut Ale (2014) CSR merupakan komitmen perusahaan dalam menjalankan segala aktivitasnya untuk memberikan kontribusi positif terhadap masyarakat,

sosial dan lingkungan. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa CSR bertujuan untuk kesejahteraan masyarakat di lingkungan sekitar perusahaan, pelaksanaan CSR yang dilakukan oleh perusahaan juga tidak hanya berpengaruh terhadap masyarakat dan lingkungan disekitarnya saja namun dapat menciptakan citra yang baik bagi perusahaan tersebut.

Sesuai dengan teori legitimasi *Corporate social responsibility* (CSR) adalah salah satu media yang dapat digunakan untuk memperlihatkan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan disekitarnya (Sari dan Rani, 2015).

Dauman dan Hargreaves (1992) dalam Hasibuan (2001) mengungkapkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan terbagi menjadi tiga level, antara lain:

a. *Basic Responsibility*

Pada level pertama, menghubungkan tanggung jawab yang pertama dari suatu perusahaan, yang muncul karena keberadaan perusahaan tersebut seperti perusahaan harus membayar pajak, mematuhi hukum, memenuhi standar pekerjaan, memuaskan pemegang saham. Bila tanggung jawab pada level ini tidak terpenuhi maka akan menimbulkan dampak yang serius.

b. *Organizational Responsibility*

Pada level kedua, ini menunjukkan tanggung jawab perusahaan untuk memenuhi perubahan kebutuhan *stakeholder* seperti pekerja, konsumen, pemegang saham dan masyarakat di sekitarnya.

c. *Societal Responses*

Pada level ketiga, menjelaskan tahapan ketika interaksi antara bisnis dan kekuatan lain dalam masyarakat yang demikian kuat sehingga perusahaan dapat tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan, terlibat dengan apa yang terjadi pada lingkungannya secara keseluruhan.

Pirinsip-prinsip dasar tanggung jawab sosial yang menjadi dasar bagi pelaksanaan yang menjiwai atau menjadi informasi dalam pembuatan keputusan dan kegiatan tanggung jawab sosial menurut ISO 26000 meliputi:

- a. Kepatuhan kepada hukum
- b. Menghormati instrumen atau badan-badan internasional
- c. Menghormati *stakeholders* dan kepentingannya
- d. Akuntabilitas
- e. Transparasi
- f. Perilaku yang beretika
- g. Melakukan tindakan pencegahan
- h. Menghormati dasar-dasar hak asasi manusia

Menurut Untung (2008) dalam Janra (2015) terdapat beberapa manfaat melaksanakan CSR bagi perusahaan antara lain:

- a. Mempertahankan serta meningkatkan reputasi atau citra perusahaan.
- b. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial.
- c. Mereduksi resiko bisnis perusahaan.
- d. Melebarkan akses sumber daya bagi operasional perusahaan.
- e. Membuka peluang besar.
- f. Mereduksi biaya, misalnya terkait pembuangan limbah.
- g. Memperbaiki hubungan dengan regulator.
- h. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan
- i. Peluang mendapatkan penghargaan.

5. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Supaya praktik pelaksanaan CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan dapat diketahui oleh para *stakeholder*-nya, perusahaan harus melakukan pengungkapan atas praktik CSR yang dilakukan. Pengungkapan (*disclosure*) artinya tidak menutupi atau tidak menyembunyikan informasi (Janra, 2015). Pengungkapan CSR perusahaan dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non-keuangan yang meliputi biaya sosial dan manfaat sosial yang berkaitan dengan interaksi perusahaan

terhadap lingkungannya. Ketersediaan informasi yang luas dalam laporan keuangan adalah sebuah kewajiban karena adanya permintaan dari berbagai pihak yang berkaitan dengan informasi tersebut (Wartyna & Apriwenni, 2018). Penerapan CSR diwujudkan oleh perusahaan dengan pengungkapan CSR yang disosialisasikan melalui laporan tahunan (*annual report*) perusahaan (Ale, 2014). Perusahaan melakukan pengungkapan CSR juga untuk menarik para investor supaya menanamkan modal di perusahaannya.

Terdapat berbagai manfaat yang didapatkan perusahaan dari melaksanakan praktik pengungkapan CSR, menurut O'Donovan (2002) dalam Wulandari (2020) diantaranya adalah:

- a. Terdapat kesamaan pada etika bisnis perusahaan dengan nilai-nilai yang diterapkan masyarakat.
- b. Menghindari tekanan dari komunitas tertentu
- c. Mampu meningkatkan reputasi dan citra perusahaan
- d. Menunjukkan komitmen dan tanggung jawab perusahaan terhadap aktivitas sosial.

Menurut Deegan (2002) dalam Widyatmoko (2011) telah merangkum beberapa alasan yang dikemukakan oleh berbagai peneliti untuk melaporkan informasi sosial dan lingkungan sebagai berikut:

- a. Kewajiban dan ketaatan untuk mematuhi persyaratan yang terdapat dalam undang-undang
- b. Pertimbangan rasionalitas ekonomi
- c. Sebagai salah satu proses akuntabilitas perusahaan
- d. Keinginan untuk mematuhi persyaratan peminjaman
- e. Untuk memenuhi harapan masyarakat
- f. Sebagai konsekuensi dari ancaman terhadap legitimasi perusahaan
- g. Untuk mengatur kelompok *stakeholder* tertentu yang lebih kuat
- h. Untuk menarik dana investasi
- i. Untuk mematuhi persyaratan industri atau *code of product* yang diterapkan

j. Untuk mendapatkan penghargaan atas pelaporan tertentu

Konsep pengungkapan *corporate social responsibility* digagas dalam *Global Reporting Initiative* (GRI). Organisasi GRI merupakan hasil pemikiran oleh lembaga di Boston Amerika Serikat yaitu *Coalition Enviromentally Responsible Economics* (CERES) bersama *United Nation Environment Programme* (UNEP). GRI merupakan sebuah organisasi yang telah mempelopori perkembangan pengungkapan CSR dan menggunakan kerangka laporan keberlanjutan dan berkomitmen untuk terus menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia (www.globalreporting.org). Standar pengungkapan CSR merujuk pada standar yang telah dikembangkan oleh GRI. Pada standar *Global Reporting Initiative Generation 4* (GRI G4) dijelaskan 6 elemen dasar dari praktik CSR yang bisa dilaksanakan oleh perusahaan, yaitu: Ekonomi, lingkungan, Praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja, Hak asasi manusia, Masyarakat, serta Tanggung jawab atas politik.

6. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu skala yang menunjukkan ukuran besar kecilnya suatu perusahaan. Skala ukuran perusahaan dapat mempengaruhi perusahaan dalam melakukan pengungkapan informasi pada laporan keuangannya. Perusahaan besar cenderung akan mengungkapkan informasi sosial atau tanggung jawab sosial yang lebih banyak daripada perusahaan yang lebih kecil. Perusahaan besar akan mengeluarkan biaya produksi yang besar, aktivitas yang lebih padat, dampak yang lebih besar terhadap aktivitas lingkungan dan proporsi pemegang saham yang besar yang kemungkinan memiliki kepentingan tersendiri dengan program sosial perusahaan daripada perusahaan sedang ataupun perusahaan kecil, sehingga menyebabkan tekanan politis yang besar bagi perusahaan untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosialnya terhadap publik (Tamba, 2011).

Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, tekanan politis yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial,

dengan adanya pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis bagi perusahaan (Hasibuan, 2001). Dengan mengungkapkan kepedulian pada lingkungan melalui laporan keuangan maka perusahaan dalam jangka panjang dapat terhindar dari biaya yang sangat besar akibat dari tuntutan masyarakat (Sari & Rani, 2015).

Ukuran perusahaan terbagi dalam tiga kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium size*), dan perusahaan kecil (*small firm*). Ukuran tersebut berdasarkan pada total aset perusahaan dimiliki, jumlah tenaga kerja, volume penjualan, serta kapitalisasi pasar. Pengelompokan besar kecilnya perusahaan dapat digunakan investor dalam membuat keputusan investasi, karena semakin besar perusahaan maka semakin mudah informasi perusahaan tersebut diakses oleh publik (Nurtiyastuti, 2017).

7. Kepemilikan Manajerial

Struktur kepemilikan merupakan salah satu prinsip yang digunakan perusahaan untuk melakukan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai bentuk kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Semakin besar struktur kepemilikannya maka semakin tinggi juga keinginan perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosialnya (Putri dan Gunawan, 2019). Struktur kepemilikan saham yang pertama yaitu kepemilikan manajerial. Kepemilikan manajerial adalah suatu kondisi yang menunjukkan bahwa manajer memiliki kepemilikan saham dan menjadi pemegang saham dalam sebuah perusahaan (Tamba, 2011). Kepemilikan manajerial didefinisikan sebagai presentase saham atau *option* yang dimiliki oleh manajer dan direksi suatu perusahaan (Trisnawati, 2014).

Adanya kepemilikan saham oleh manajemen akan menimbulkan suatu pengawasan terhadap kebijakan yang dilakukan oleh manajemen. Menurut Rustiarini (2011) manajer yang memiliki saham perusahaan maka akan menyelaraskan kepentingannya sebagai manajer dengan kepentingannya sebagai pemegang saham. Semakin besar kepemilikan manajerial dalam

perusahaan maka akan semakin produktif pula tindakan manajer untuk memaksimalkan nilai perusahaan.

Dalam hubungan antara manajer dengan pemilik perusahaan rawan terjadi konflik keagenan. Salah satu cara untuk memperkecil konflik tersebut dalam perusahaan adalah dengan memaksimalkan jumlah kepemilikan manajerial. Bertambahnya jumlah kepemilikan manajerial, maka manajemen yang menjadi pemilik perusahaan dapat merasakan dampak langsung atas setiap keputusan yang mereka ambil (Laksmitanigrum, 2013).

8. Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham perusahaan oleh institusi (badan) atau entitas seperti perbankan, asuransi, dana pensiun, reksa dana dan institusi lain. Pemegang saham institusional biasanya berbentuk entitas, serta pada umumnya merupakan pemegang saham yang cukup tinggi karena memiliki jumlah sumber pendanaan yang besar (Rustiarini, 2011). Karena menguasai saham mayoritas maka pihak institusional dapat melakukan pengawasan yang lebih kuat dibandingkan dengan pemegang saham lain. Semua perusahaan yang sudah *go public* dan telah terdaftar pada BEI adalah perusahaan-perusahaan yang sebagian besar sahamnya dimiliki oleh publik dan secara otomatis perusahaan harus melaporkan seluruh aktivitas dan keadaan perusahaan kepada publik agar semua bagian dari pemegang saham dapat mengetahui keadaan perusahaan (Tamba, 2011). Tingkat kepemilikan institusional yang tinggi akan menimbulkan pengawasan yang lebih besar oleh investor institusional untuk menghalangi perilaku *opportunistic* manajer. Hal tersebut dapat terjadi karena investor institusional memiliki, *opportunity*, *resources*, dan *expertise* sehingga dapat memonitoring serta menganalisis tindakan dan kinerja manajemen (Karima, 2014).

Menurut Sari dan Rani (2015) kepemilikan institusional memiliki beberapa kelebihan, yaitu:

- a. Memiliki profesionalisme dalam menganalisis informasi sehingga dapat menguji keandalan informasi
- b. Memiliki motivasi yang kuat untuk melakukan pengawasan lebih ketat atas aktivitas yang terjadi pada perusahaan.

Struktur kepemilikan Institusional yang besar akan sangat berpengaruh terhadap keputusan manajemen yang akan diambil. Salah satu keputusannya adalah pengungkapan informasi tanggung jawab sosial (Wartyna & Apriwenni, 2018). Kepemilikan institusional dapat mempengaruhi jalannya perusahaan sehingga dapat berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu memaksimalkan nilai perusahaan.

9. Ukuran Dewan Komisaris

Dewan komisaris adalah wakil *shareholder* dalam perusahaan yang berbadan hukum perseroan terbatas yang berfungsi mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilakukan manajemen, dan bertanggungjawab supaya menentukan apakah manajemen memenuhi tanggung jawab nya dalam mengembangkan dan melaksanakan pengendalian internal perusahaan (Mulyadi, 2002 dalam Widyatmoko, 2011). Dewan Komisaris diangkat oleh pemegang saham dalam rapat umum pemegang saham (RUPS).

Menurut Beasley (2001) dalam Yulfaida (2012) terdapat tiga karakteristik penting dewan komisaris yang mengandung efektivitas dalam memonitoring aktivitas manajemen, diantaranya adalah komposisi dewan komisaris, pemisahan antara pimpinan dewan komisaris dengan *chief executive officer* (CEO), dan ukuran dewan komisaris.

Sebagai wakil dari prinsipal di perusahaan, dewan komisaris dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan CSR karena dewan komisaris merupakan pelaksana tertinggi dalam perusahaan. Dewan komisaris memiliki wewenang untuk mengawasi dan memberikan petunjuk serta arahan kepada pengelola perusahaan. Semakin besar ukuran dewan

komisaris maka semakin banyak pula petunjuk, arahan dan saran yang diberikan terhadap manajemen perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial.

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah hasil penelitian terdahulu yang terkait mengenai pengaruh ukuran perusahaan, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis & Tahun	Variabel yang Diteliti	Hasil
1.	Nasution, dkk (2018)	Dependen: Pengungkapan Tanggung jawab sosial perusahaan Independen: Profitabilitas, ukuran perusahaan, likuiditas, <i>leverage</i> .	Profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan, <i>leverage</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.
2.	Malik, dkk (2017)	Dependen: Pengungkapan <i>Corporate social responsibility</i> Independen: Kepemilikan individu, kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, kepemilikan pemerintah, kepemilikan asing	Kepemilikan individu, kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial dan kepemilikan asing berpengaruh positif. Sedangkan kepemilikan pemerintah berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.
3.	Pradnyani & Sisdyani (2015)	Dependen: Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan	Ukuran perusahaan dan <i>leverage</i> tidak berpengaruh, sedangkan profitabilitas da

Lanjutan tabel 2.1

No	Penulis & Tahun	Variabel yang Diteliti	Hasil
		Independen: Ukuran perusahaan, profitabilitas, <i>leverage</i> , ukuran dewan komisaris.	ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.
4.	Putri & Gunawan (2019)	Dependen: Pengungkapan <i>Corporate social responsibility</i> Independen: Karakteristik Perusahaan, ukuran dewan komisaris, struktur kepemilikan	Profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris dan kepemilikan saham asing berpengaruh positif. Sedangkan <i>leverage</i> , kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
5.	Edison (2017)	Dependen: Pengungkapan <i>Corporate social responsibility</i> Independen: Struktur kepemilikan asing, kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial	Kepemilikan asing, kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.
6.	Rofiqkoh & Priyadi (2016)	Dependen: Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan Independen: Profitabilitas, <i>leverage</i> , ukuran perusahaan	Profitabilitas, <i>leverage</i> , dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.
7.	Ale (2014)	Dependen: Pengungkapan <i>Corporate social responsibility</i>	Ukuran perusahaan, kepemilikan institusional, dan Ukuran dewan komisaris berpengaruh

Lanjutan tabel 2.1

No	Penulis & Tahun	Variabel yang Diteliti	Hasil
		Independen: Ukuran perusahaan, <i>leverage</i> , kepemilikan institusional, ukuran dewan komisaris	positif, sedangkan <i>leverage</i> berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.
8.	Trisnawati (2014)	Dependen: Pengungkapan <i>Corporate social responsibility</i> Independen: Ukuran perusahaan, profitabilitas, <i>leverage</i> , ukuran dewan komisaris, kepemilikan manajerial.	Ukuran perusahaan berpengaruh positif, sedangkan profitabilitas, <i>leverage</i> , ukuran dewan komisaris, dan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
9.	Rivandi & Putra (2019)	Dependen: Pengungkapan <i>Corporate social responsibility</i> Independen: Ukuran dewan komisaris dan komite audit	Ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh sedangkan komite audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.
10.	Wartyna & Apriwenni (2018)	Dependen: Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan Independen: Kinerja lingkungan, kepemilikan institusional, kepemilikan publik, <i>leverage</i> , ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan.	Kinerja lingkungan, dan ukuran perusahaan berpengaruh positif, sedangkan kepemilikan institusional, kepemilikan publik, <i>leverage</i> , dan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
11.	Paramitha & Hermanto (2016)	Dependen: Pengungkapan <i>Corporate social responsibility</i>	Ukuran perusahaan, profile, dan dewan komisaris berpengaruh positif sedangkan profitabilitas dan

Lanjutan tabel 2.1

No	Penulis & Tahun	Variabel yang Diteliti	Hasil
		Independen: Karakteristik Perusahaan, Komisaris, Profitabilitas, <i>Leverage</i> .	<i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
12.	Janra (2015)	Dependen: Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan Independen: Kepemilikan manajerial, <i>leverage</i> , profitabilitas dan ukuran perusahaan.	Kepemilikan manajerial, dan <i>leverage</i> tidak berpengaruh, sedangkan profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR.
13.	Anggraini (2006)	Dependen: Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan Independen: Kepemilikan manajemen, <i>leverage</i> , profitabilitas, ukuran perusahaan dan tipe industri.	Kepemilikan manajerial, dan tipe industri berpengaruh positif. Sedangkan <i>leverage</i> , profitabilitas, ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
14.	Erwanti & Haryanto (2017)	Dependen: Pengungkapan tanggung jawab sosial Independen: Ukuran perusahaan, profitabilitas, dewan komisaris, komite audit dan kualitas audit.	Ukuran perusahaan, profitabilitas, komite audit dan kualitas audit tidak berpengaruh sedangkan dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

C. Kerangka Pemikiran

Ukuran suatu perusahaan dapat mempengaruhi pengungkapan informasi dalam laporan keuangan mereka. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak dibandingkan perusahaan kecil. Berkaitan dengan teori keagenan perusahaan besar cenderung memiliki

biaya keagenan yang besar sehingga untuk mengurangi biaya tersebut perusahaan akan mengungkapkan informasi yang lebih luas, termasuk pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) (Nurtiyastuti, 2017). Selanjutnya berkaitan dengan teori legitimasi perusahaan besar cenderung lebih disorot oleh masyarakat, sehingga perusahaan besar harus memperhatikan keinginan serta meyakinkan masyarakat supaya dapat menerima aktivitas dan kinerja perusahaan, dengan cara melaksanakan kegiatan CSR dan melakukan pengungkapan melalui laporan tahunan mereka, sehingga perusahaannya dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Penelitian terdahulu yang menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Nasution, dkk (2018), Putri & Gunawan (2019), Rofiqkoh & Priyadi (2016), Ale (2014), Trisnawati (2014), Wartyna & Apriwenni (2018), Paramitha & Hermanto (2016), serta Janra (2015).

Kepemilikan saham yang besar oleh pihak manajemen akan membuat manajemen semakin termotivasi, giat dan fokus dalam meningkatkan nilai perusahaan yaitu dengan cara melakukan praktik dan pengungkapan CSR (Bangun & Octavia, 2012). Berkaitan dengan teori keagenan salah satu cara untuk memperkecil konflik keagenan antara manajer dan pemilik dalam perusahaan adalah dengan memaksimalkan jumlah kepemilikan manajerial. Bertambahnya jumlah kepemilikan manajerial, maka manajemen yang menjadi pemilik perusahaan dapat merasakan dampak langsung atas setiap keputusan yang mereka ambil (Laksmitanigrum, 2013). Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Malik, dkk (2017), Edison (2017), Anggraini (2006) menemukan bahwa kepemilikan manajerial memiliki pengaruh yang positif terhadap pengungkapan CSR.

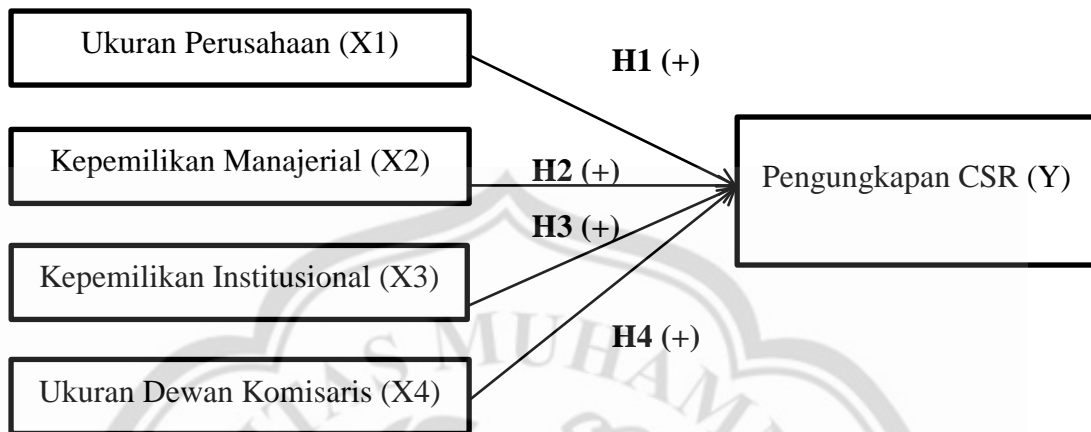
Semakin besar kepemilikan institusional maka semakin tinggi pengungkapan CSR. Kepemilikan institusional yang besar akan membuat pengawasan yang ketat terhadap kinerja manajemen dan tekanan yang dapat dilakukan terhadap manajer perusahaan untuk melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) (Tamba, 2011). Tekanan terhadap

manajer terjadi karena pihak institusional memiliki peranan yang besar atas saham yang dimiliki pada perusahaan dan pihak institusional berkepentingan untuk memperoleh laba yang besar, sehingga tingkat pengawasan terhadap kinerja manajemen menjadi lebih efektif supaya melaksanakan dan mengungkapkan CSR. Perusahaan akan memperoleh kepercayaan dari masyarakat atas pengungkapan yang telah dilakukan. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Malik, dkk (2017), Edison (2017), Ale (2014) menemukan bahwa kepemilikan institusional memiliki pengaruh yang positif terhadap pengungkapan CSR.

Dewan komisaris adalah mekanisme pengendalian internal tertinggi, yang bertanggungjawab untuk mengawasi tindakan yang dilakukan oleh manajemen. Semakin banyak ukuran dewan komisaris di suatu perusahaan maka akan semakin banyak kontribusi dan saran yang diberikan kepada manajer untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial sebagai bagian dari kewajiban perusahaan (Yulfaida, 2012). Penelitian terdahulu yang menemukan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Pradnyani & Sisdyani (2015), Putri & Gunawan (2019), Ale (2014), Paramitha & Hermanto (2016), Erwanti dan Haryanto (2017).

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini menunjukkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini meliputi ukuran perusahaan, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan ukuran dewan komisaris. Kemudian variabel dependen adalah pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Kerangka pemikiran teoritis untuk mengembangkan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 2.1 Model Penelitian



D. Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Berdasarkan teori keagenan yang menyebutkan dimana perusahaan besar akan memiliki biaya keagenan yang lebih besar, oleh karena itu perusahaan besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut (Fahrizqi, 2010). Selain itu berkaitan dengan teori legitimasi, perusahaan yang lebih besar melakukan aktivitas operasional yang lebih banyak sehingga memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat. Teori legitimasi menganjurkan perusahaan meyakinkan masyarakat supaya dapat menerima aktivitas dan kinerja perusahaan, dengan cara mengungkapkan CSR melalui laporan tahunan mereka, sehingga perusahaannya dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Perusahaan besar dengan aktivitas operasi yang besar akan lebih memperhatikan kegiatan sosial sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan semakin luas (Ale, 2016). Dengan kata lain ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Penelitian terdahulu yang menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Nasution, dkk (2018), Putri & Gunawan (2019), Rofiqkoh & Priyadi (2016), Ale (2014), Trisnawati (2014), Wartyna & Apriwenni (2018), Paramitha & Hermanto (2016), serta Janra (2015). Atas dasar alasan tersebut maka dapat diambil hipotesis pertama sebagai berikut :

H1: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

2. Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Semakin besar proporsi kepemilikan manajemen pada perusahaan, maka manajemen akan berusaha lebih untuk kepentingan pemegang saham, yang tidak lain adalah mereka sendiri (Tamba, 2011). Kepemilikan manajemen yang tinggi di dalam perusahaan membuat manajemen akan semakin giat untuk meningkatkan nilai perusahaan karena hal tersebut juga akan menguntungkan bagi manajer.

Berkaitan dengan teori keagenan, salah satu cara untuk memperkecil adanya *agency conflict* dalam perusahaan adalah dengan memaksimalkan jumlah kepemilikan manajerial. Konflik kepentingan antara pemilik dan manajer menjadi semakin besar ketika kepemilikan manajer terhadap perusahaan semakin kecil dalam hal ini manajer akan memaksimalkan kepentingan dirinya dibandingkan kepentingan perusahaan. Sebaliknya semakin besar kepemilikan manajer pada suatu perusahaan maka semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan, dengan kata lain biaya kontrak dan pengawasan menjadi rendah. Manajer akan mengungkapkan informasi sosial dalam rangka untuk meningkatkan nilai perusahaan, meskipun harus mengorbankan sumber daya untuk melaksanakan aktivitas tersebut (Rofiqkoh & Priyadi, 2016). Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Malik, dkk (2017), Edison (2017), Anggraini (2006) menemukan bahwa kepemilikan manajerial memiliki pengaruh yang positif terhadap pengungkapan CSR. Atas dasar alasan tersebut maka dapat diambil hipotesis kedua sebagai berikut :

H2 : Kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

3. Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Kepemilikan institusional merupakan kepemilikan saham terbesar pada perusahaan. Karena menguasai saham mayoritas maka pihak institusional dapat melakukan pengawasan yang lebih besar dibandingkan dengan pemegang saham lain. Adanya pengawasan yang lebih besar dari pihak investor institusional akan mempengaruhi dan memberikan dampak terhadap keputusan yang akan diambil manajemen. Salah satu keputusannya adalah informasi pelaksanaan pengungkapan CSR. Kepemilikan institusional dapat meningkatkan kualitas keputusan investasi dalam pengungkapan tanggung jawab sosial, serta dapat mempengaruhi jalannya perusahaan sehingga akan meningkatkan kinerja perusahaan dalam mencapai tujuannya yaitu meningkatkan nilai perusahaan (Sari & Rani, 2015).

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa *stakeholder* merupakan pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan yang dapat mempengaruhi atau dapat dipengaruhi oleh aktivitas perusahaan. Perusahaan bertanggungjawab tidak hanya kepada pemegang saham tetapi juga kepada para pemangku kepentingan atau *stakeholder*. Kepemilikan institusional yang besar akan memberikan tekanan yang besar terhadap manajemen untuk melakukan pengungkapan CSR. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Malik, dkk (2017), Edison` (2017), Ale (2014) menemukan bahwa kepemilikan institusional memiliki

pengaruh yang positif terhadap pengungkapan CSR. Atas dasar alasan tersebut maka dapat diambil hipotesis ketiga sebagai berikut :

H3 : Kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

4. Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Semakin banyak dewan komisaris di perusahaan akan membuat semakin banyak kontribusi dan saran kepada perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial sebagai bagian dari kewajiban perusahaan (Yulfaida, 2012). Menurut Paramitha & Hermanto (2016) bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan manajer dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif oleh karena itu manajemen yang baik dapat menjadikan pengungkapan CSR yang lebih baik juga. Dapat disimpulkan bahwa semakin besar ukuran dewan komisaris dalam suatu perusahaan maka akan semakin mempengaruhi manajer dalam perusahaan untuk mengungkapkan CSR.

Dewan komisaris memiliki kewenangan yang tinggi dalam sebuah perusahaan, dengan wewenang yang dimiliki tersebut maka dapat menekan manajemen untuk mengungkapkan CSR pada laporan keuangan. Menurut Laksmitaningrum (2013) sesuai dengan teori keagenan dengan mengungkapkan laporan keuangan secara lengkap setidaknya dapat mengurangi masalah keagenan yang rawan muncul dalam perusahaan, sehingga dewan komisaris sebagai pihak internal yang mengawasi manajemen dapat mempengaruhi pengungkapan CSR. Maka dapat disimpulkan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian terdahulu yang menemukan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Pradnyani & Sisdyani (2015), Putri & Gunawan (2019), Ale (2014), Paramitha & Hermanto (2016), Erwanti dan

Haryanto (2017). Atas dasar alasan tersebut maka dapat diambil hipotesis keempat sebagai berikut :

H4 : Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

