

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori agensi atau Teori Keagenan

Teori agensi adalah sebuah kontrak antara pihak pemegang saham dan pihak manajer perusahaan. Inti dari hubungan keagenan adalah adanya pemisahan antara kepemilikan dan pengendalian. Adanya perbedaan kepentingan antara kedua belah pihak dapat menimbulkan konflik keagenan. *Corporate governance* merupakan respon perusahaan terhadap konflik tersebut. Aspek-aspek *corporate governance* seperti kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, proporsi komisaris independen, dan jumlah anggota komite audit dipandang sebagai mekanisme kontrol yang tepat untuk mengurangi konflik keagenan (Buston dan Mohammad, 2016).

Konsep teori agensi di dasari pada permasalahan agensi yang muncul ketika pengurusan suatu perusahaan terpisah dari kepemilikannya. Perusahaan merupakan mekanisme yang memberikan kesempatan kepada berbagai partisipan untuk berkontribusi dalam bentuk modal, keahlian serta tenaga kerja dalam rangka memaksimalkan keuntungan jangka panjang. Partisipan-partisipan yang berkontribusi pada modal disebut sebagai pemilik. Partisipan-partisipan yang berkontribusi dalam keahlian dan tenaga kerja disebut pengelola perusahaan

(agen). Adanya dua partisipan tersebut (*principal* dan agen) menyebabkan timbulnya permasalahan tentang mekanisme yang harus dibentuk untuk menyelaraskan kepentingan yang berbeda diantara keduanya (Buston dan Mohammad, 2016). Teori agensi mengasumsikan bahwa semua individu bertindak atas kepentingan mereka sendiri. Sehingga terjadi konflik kepentingan antara pemilik dan agen karena kemungkinan agen tidak selalu berbuat sesuai dengan kepentingan prinsipal diasumsikan hanya tertarik kepada hasil keuangan yang bertambah atau investasi mereka di dalam perusahaan. Sedangkan para agen diasumsikan menerima kepuasan berupa kompensasi keuangan dan syarat-syarat yang menyertai dalam hubungan tersebut.

4. **Tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility***

Corporate social responsibility (CSR) dalam bahasa Indonesia dikenal dengan tanggungjawab sosial perusahaan. Pada intinya, diartikan sebagai upaya perusahaan untuk meningkatkan kepedulian terhadap masalah sosial dan lingkungan dalam kegiatan usaha dan juga pada cara perusahaan berinteraksi dengan *stakeholders* (pihak-pihak yang terkait dengan suatu isu atau rencana) yang dilakukan secara sukarela. Selain itu, CSR diartikan pula sebagai komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan dan masyarakat setempat dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan (Buston dan Muhammad, 2016).

Corporate social responsibility (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggungjawab organisasi di bidang hukum (Darwin, 2004 dalam Buston dan Muhammad, 2016). Dengan demikian, operasi bisnis yang dilakukan oleh perusahaan tidak hanya berkomitmen dengan ukuran keuntungan secara finansial saja, tetapi juga harus berkomitmen pada pembangunan sosial ekonomi secara menyeluruh dan berkelanjutan.

5. Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan

Pengungkapan merupakan informasi yang telah dikeluarkan untuk pihak-pihak yang berkepentingan. Pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan bertujuan agar suatu perusahaan dapat memberikan tanggung jawab sosialnya terhadap masyarakat yang dilaksanakan perusahaan dalam waktu periode tertentu (Esti dan Maswar, 2016). Tanggung Jawab Sosial yaitu sebuah pendekatan yang mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis perusahaan dan dalam interaksi dengan pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan (Rindu, 2017). ISO 26000 menyatakan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) adalah bentuk kepedulian sosial perusahaan yang saat ini menjadi aspek penting dalam rangka meningkatkan kinerja perusahaan. ISO 26000 adalah standar internasional untuk tanggung jawab sosial dan bersifat *guideline* (pedoman) sehingga perusahaan harus

mengembangkan strategi dan program *corporate social responsibility* (CSR) berdasarkan kondisi objektif internal dan eksternal perusahaan Nurdizal, (2011) dalam penelitian Rindu, (2017).

Jadi, tanggung jawab perusahaan tidak hanya terhadap pemiliknya atau pemegang saham saja tetapi juga terhadap para *stakeholders* yang terkait dan atau terkena dampak dari keberadaan perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya* (Rindu, 2017). Adapun tujuan CSR adalah untuk meningkatkan citra perusahaan dan membebaskan akuntabilitas organisasi atas dasar asumsi adanya kontrak sosial di antara organisasi dan masyarakat (Handayati, 2011) Penelitian ini mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan laporan pertanggung jawaban sosial dengan GRI 4 (*Global Report Initiative*) yang terdiri dari 91 pengungkapan. (www.globalreporting.org). Berikut adalah indikator pengungkapan tanggung jawab sosial dalam GRI :

Tabel 2.1

Indikator Corporate Social Responsibility

KATEGORI EKONOMI		
Kinerja Ekonomi	EC1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan
	EC2	Implikasi finansial dan risiko serta peluang
	EC3	Cakupan kewajiban organisasi atas program
	EC4	Bantuan financial yang diterima dari

Lanjutan tabel 2.1

Keberadaan Pasar	EC5	Rasio upah standar pegawai pemula (entry level) menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi-lokasi operasional yang signifikan
	EC6	Perbandingan manajemen senior yang diperkerjakan dari masyarakat lokal di lokasi operasi yang signifikan
	EC7	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan
	EC8	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak
	EC9	Perbandingan dari pembelian pemasok lokal di operasional yang signifikan
KATEGORI LINGKUNGAN		
Bahan	EN1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat atau Volume
	EN2	Persentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan input daur ulang
Energi	EN3	Konsumsi energi dalam organisasi
	EN4	Konsumsi energi diluar organisasi
	EN5	Intensitas Energi
	EN6	Pengurangan konsumsi energi
	EN7	Pengurangan kebutuhan energy pada produk dan jasa
Air	EN8	Total pengambilan air berdasarkan sumber
	EN9	Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air
	EN10	Persentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali
Keanekaragaman Hayati	EN11	Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola didalam, atau yang berdekatan dengan, kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar
	EN12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan Lindung
	EN13	Habitat yang dilindungi dan dipulihkan
	EN14	Jumlah total spesies dalam iucn red list dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat di tempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat risiko kepunahan

Lanjutan tabel 2.1

Emisi	EN15	Emisi gas rumah kaca (GRK) langsung (cakupan 1)
	EN16	Emisi gas rumah kaca (GRK) energi tidak langsung (Cakupan 2)
	EN17	Emisi gas rumah kaca (GRK) tidak langsung lainnya (Cakupan 3)
	EN18	Intensitas emisi gas rumah kaca (GRK)
	EN19	Pengurangan emisi gas rumah kaca (GRK)
	EN20	Emisi bahan perusak ozon (BPO)
	EN21	NOX, SOX, dan emisi udara signifikan lainnya
Efluen dan Limbah	EN22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan
	EN23	Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
	EN24	Jumlah dan volume total tambahan signifikan
	EN25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi basel 2 lampiran I, II, III, dan VIII yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah, dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional
	EN26	Identitas, ukuran, status lindung, dan nilai keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang secara signifikan terkait dampak dari pembuangan dan air limpasan dari organisasi
Produk dan Jasa	EN27	Tingkat mitigasi dampak terhadap lingkungan produk dan jasa
	EN28	Persentase produk yang terjual dan Kemasannya yang direklamasi menurut kategori
Kepatuhan	EN29	Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpastian terhadap UU dan peraturan lingkungan
Transportasi	EN30	Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi dan pengangkutan tenaga kerja
Lain-lain	EN31	Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis
Asesmen pemasok atas lingkungan	EN32	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan
	EN33	Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil

Lanjutan tabel 2.1

Mekanisme pengaduan masalah lingkungan	EN34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
KATEGORI : SOSIAL		
PRAKTEK KETENAGAKERJAAN DAN KENYAMANAN BEKERJA		
Kepegawaian	LA1	Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan turnover karyawan menurut kelompok umur, gender, dan Wilayah
	LA2	Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan.
	LA3	Tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan, menurut gender
Hubungan industrial	LA4	Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama
Kesehatan dan Keselamatan Kerja VV	LA5	Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen- pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja
	LA6	Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang, dan kemangkiran, serta jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan gender
	LA7	Pekerja yang sering terkena atau beresiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka
	LA8	Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja
Pelatihan dan Pendidikan	LA9	Jam pelatihan rata-rata per tahun per karyawan menurut gender dan menurut kategori karyawan
	LA10	Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti
	LA11	Persentase karyawan yang menerima review kinerja dan pengembangan karier secara reguler, menurut gender dan kategori karyawan
Keberagaman dan kesetaraan peluang	LA12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya

Lanjutan tabel 2.1

Kesetaraan Remunerasi Perempuan dan Laki-laki	LA13	Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan, berdasarkan lokasi operasional yang signifikan
Asesmen Pemasok Terkait Praktik Ketenagakerjaan	LA14	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan
	LA15	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pemasok dan tindakan yang diambil
	LA16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang di ajukan, di tangani, dan di selesaikan melalui pengaduan resmi.
HAK ASASI MANUSIA		
Investasi	HR1	Jumlah total dan persentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan klausul terkait hak asasi manusia atau penapisan berdasarkan hak asasi manusia
	HR2	Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan atau prosedur hak asasi manusia terkait dengan aspek hak asasi manusia yang relevan dengan operasi, termasuk persentase karyawan yang dilatih
Non-diskriminasi	HR3	Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan korektif yang diambil
Kebebasan berserikat dan Perjanjian Kerja Bersama	HR4	Operasi pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau beresiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja sama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut
Pekerja anak	HR5	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi beresiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerja anak yang efektif
Pekerja paksa atau Wajib Kerja	HR6	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja
Praktik pengamanan	HR7	Persentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia diorganisasi yang relevan dengan operasi
Hak adat	HR8	Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil

Lanjutan tabel 2.1

Asesmen	HR9	Jumlah total dan persentase operasi yang telah melakukan review atau asesmen dampak hak asasi manusia
Asesmen pemasok atas hak asasi manusia	HR10	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia
	HR11	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pemasok dan tindakan yang diambil
Mekanisme Pengaduan Masalah Hak Asasi Manusia	HR12	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap hak asasi manusia yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal
MASYARAKAT		
Masyarakat Lokal	SO1	Persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan.
	SO2	Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal
Anti-Korupsi	SO3	Jumlah total dan persentase operasi yang dinilai terhadap risiko terkait dengan korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi
	SO4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti-korupsi
	SO5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil
Kebijakan Publik	SO6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima/penerima manfaat
Anti Persaingan	SO7	Jumlah total tindakan hukum terkait anti persaingan, anti-trust, serta praktik monopoli dan hasilnya
Kepatuhan	SO8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan
Asesmen pemasok atas dampak pada masyarakat	SO9	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria untuk dampak terhadap masyarakat
	SO10	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Mekanisme Pengaduan Dampak Terhadap Masyarakat	SO11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
TANGGUNGJAWAB ATAS PRODUK		
Kesehatan keselamatan pelanggan	PR1	Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan

Lanjutan table 2.1

	PR2	Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa sepanjang daur hidup, menurut jenis
Pelabelan Produk dan Jasa	PR3	Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, serta persentase kategori produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan informasi sejenis
	PR4	Jumlah total Insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, menurut jenis hasil
	PR5	Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan
Komunikasi Pemasaran	PR6	Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan
	PR7	Jumlah total Insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsor menurut jenis hasil
Privasi Pelanggan	PR8	Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan
Kepatuhan	PR9	Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait
Sumber : GRI-G4		

6. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan salah satu variabel yang umum digunakan untuk menjelaskan mengenai variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Berkembang suatu fenomena bahwa pengaruh total aktiva (proksi dari ukuran perusahaan) hampir selalu konsisten dan secara signifikan berpengaruh terhadap kualitas pengungkapan. Ukuran perusahaan juga

merupakan variabel yang penting dalam praktik CSR. Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan logaritma natural dari total aktiva (Purwanto, 2011). Perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan, semakin besar suatu perusahaan dengan aktivitas operasional, pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat dan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat oleh perusahaan sehingga pengungkapan *corporate social responsibility* semakin luas (Sembiring, 2005).

7. Profitabilitas

Profitabilitas juga merupakan suatu kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba untuk meningkatkan nilai pemegang saham. Menurut Heinze (1976); Gray, et al. (1995b); dalam Sembiring (2005) profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan *corporate social responsibility* kepada pemegang saham. Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosialnya. Keuntungan yang layak dibagikan kepada pemegang saham adalah keuntungan setelah bunga dan pajak, Semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya (Esti dan Maswar, 2016). Jadi, profitabilitas menjadi pertimbangan penting bagi investor.

8. Leverage

Purnasiwi (2011) dalam Esti dan Maswar (2016) menyatakan bahwa *leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung

pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* tinggi berarti sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* lebih rendah lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri. Tingkat *leverage* perusahaan menggambarkan risiko keuangan perusahaan. Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* yang tinggi akan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih luas (Hidayat, 2007 dalam Rheza dan Paulus, 2015). Alasan yang mendasari adalah perusahaan yang tinggi debt rasionya akan lebih mengungkapkan secara luas untuk memenuhi kebutuhan informasi para krediturnya.

9. Hasil Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2 Daftar Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang telah menguji teori dan menjelaskan beberapa faktor yang mempengaruhi struktur modal. Adapun hasil penelitian terdahulu dapat disimpulkan dalam tabel sebagai berikut:

No	Penulis & Tahun	Variabel Yang Digunakan	Hasil
1.	Ni Kadek dan I Gusti (2016) "Pengaruh Profitabilitas, <i>leverage</i> dan Ukuran perusahaan Pada Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> "	Variabel dependen : - Pengungkapan CSR Variabel independen : - Profitabilitas - <i>leverage</i> - Ukuran Perusahaan.	1) Profitabilitas, <i>leverage</i> dan Ukuran perusahaan berpengaruh positif pada pengungkapan CSR

Lanjutan tabel 2.2

2.	Buston dan Mohammad (2016) “Pengaruh <i>size</i> , Profitabilitas, <i>leverage</i> dan Umur terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial”	<p>Variabel dependen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pengungkapan tanggung jawab sosial <p>Variabel independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>size</i> - Profitabilitas - <i>leverage</i> - Umur Perusahaan 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Ukuran perusahaan dan umur perusahaan tidak berpengaruh 2) Profitabilitas berpengaruh positif pengungkapan tanggungjawab 3) <i>leverage</i> berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggungjawab social
3.	Rheza dan Paulus (2015) “Analisis Pengaruh Profitabilitas, <i>leverage</i> , Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, dan Pengungkapan Media terhadap Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> ”	<p>Variabel dependen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pengungkapan CSR <p>Variabel independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ukuran perusahaan - <i>leverage</i> - Profitabilitas - Tipe industri - Pengungkapan media 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Profitabilitas, <i>leverage</i> tidak berpengaruh signifikan pengungkapan CSR 2) ukuran perusahaan, tipe industri, pengungkapan media berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR
4.	Linda dan Kun (2019) “Analisis Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, <i>leverage</i> dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> Tahun 2012-2014”	<p>Variabel dependen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pengungkapan CSR <p>Variabel independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - tipe industri, - ukuran perusahaan - <i>leverage</i> - profitabilitas 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Tipe industri, ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR. 2) <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Lanjutan tabel 2.2

5.	Ani dan Nur (2017) “Pengaruh <i>size</i> , Profitabilitas dan <i>leverage</i> terhadap Pengungkapan Social Responsibility”	Variabel dependen : - Pengungkapan CSR Variabel independen : - <i>size</i> - Profitabilitas - <i>leverage</i>	1) <i>size</i> dan <i>leverage</i> berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. 2) Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab
6.	Kartika, Dewi dan Aang (2018) “Analisis Pengaruh Ukuran perusahaan, Profitabilitas, dan Ukuran dewan direksi terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial”	Variabel dependen : - Pengungkapan tanggung jawab sosial Variabel independen : - Ukuran perusahaan - Profitabilitas - Ukuran dewan direksi	1) Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. 2) Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. 3) Jumlah dewan direksi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap tanggung jawab sosial.
7.	Esti dan Maswar (2016) “Pengaruh Profitabilitas, <i>leverage</i> dan Ukuran perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial”	Variabel dependen : - Pengungkapan tanggung jawab sosial Variabel independen : - Profitabilitas - <i>leverage</i> - Ukuran perusahaan	1) Profitabilitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pengungkapan csr 2) <i>leverage</i> dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap luas pengungkapan CSR.

Lanjutan tabel 2.2

8.	Susilatri, Restu, dan Deri (2011) “Pengaruh <i>leverage</i> , Profitabilitas, <i>size</i> , Umur perusahaan dan Ukuran dewan komisaris terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan”	<p>Variabel dependen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pengungkapsn tanggung jawab sosial <p>Variabel independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>leverage</i> - Profitabilitas - <i>size</i> - Umur perusahaan - Ukuran dewan komisaris 	<p>1) Profitabilitas dan umur perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.</p> <p>2) <i>size</i> dan ukuran dewan komisaris berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.</p> <p>3) <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.</p>
9.	I Gusti dan Eka (2015) “Pengaruh Ukuran perusahaan, Profitabilitas, <i>leverage</i> , dan Ukuran dewan komisaris terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan”	<p>Variabel dependen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pengungkapan tanggung jawab sosial <p>Variabel independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ukuran perusahaan - Profitabilitas - <i>leverage</i> - Ukuran dewan komisaris 	<p>1) Ukuran perusahaan dan <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.</p> <p>2) Profitabilitas dan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.</p>
10.	Syailendra (2016) “Pengaruh <i>leverage</i> , Profitabilitas dan <i>size</i> terhadap Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> pada Perusahaan di Bursa Efek Indonesia”	<p>Variabel dependen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pengungkapan CSR <p>Variabel indepednen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - profitabilitas - <i>leverage</i> - <i>size</i> 	<p>1) <i>leverage</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan csr</p> <p>2) Profitabilitas tidak berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan csr</p>

Lanjutan tabel 2.2

			3) <i>size</i> berpengaruh negative dan signifikan terhadap pengungkapan csr
11.	Prima dan Nila (2019) “Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> (CSR)”	Variabel dependen : - Pengungkapan CSR Variabel independen : - ukuran perusahaan - profitabilitas - <i>leverage</i> - ukuran dewan komisaris independen	1) Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan csr 2) Profitabilitas dan <i>leverage</i> berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pengungkapan csr 3) Ukuran dewan komisaris independen berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan csr
12.	Siti, Rita dan Agus (2016) “Analisis Pengaruh <i>Firm size</i> , <i>Age</i> , Profitabilitas, <i>leverage</i> dan <i>Growth</i> Perusahaan terhadap <i>corporate social responsibility</i> (CSR) pada Perusahaan <i>Property</i> dan <i>Real Estate</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2010-2014”	Variabel dependen : - tanggung jawab sosial Variabel independen : - <i>firm size</i> - <i>age</i> - profitabilitas - <i>leverage</i> - <i>growth</i> perusahaan	1) <i>Firm size</i> , profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap csr 2) <i>leverage</i> dan <i>growth</i> perusahaan berpengaruh negatif terhadap csr
13.	Savina, Yahdi, dan Noviansyah (2018) “Analisis Pengaruh <i>size</i> , Profitabilitas Dan <i>leverage</i> terhadap <i>corporate social responsibility Disclosure</i> ”	Variabel dependen : - tanggung jawab sosial Variabel independen : - <i>size</i> - profitabilitas - <i>leverage</i>	1) <i>size</i> berpengaruh positif terhadap pengungkapan csr 2) Profitabilitas dan <i>leverage</i> berpengaruh negatif terhadap pengungkapan csr

Lanjutan tabel 2.2

14.	Anak Agung dan Iputu (2018) "Pengaruh Profitabilitas, Kepemilikan Asing, Kepemilikan Manajemen, dan leverage pada Intensitas Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> "	Variabel dependen : - Intensitas pengungkapan CSR Variabel independen : - profitabilitas - kepemilikan asing - kepemilikan manajemen - <i>leverage</i>	1) Profitabilitas dan kepemilikan asing tidak berpengaruh 2) Kepemilikan manajemen berpengaruh positif 3) <i>leverage</i> berpengaruh negatif
15.	Amir, Erlina, dan Tarmizi (2018). "An Analysis on the Influence of Profitability, Firm size, Liquidity, and leverage on the Expression of Firm's Social Responsibility in Banking Companies Listed in BEI (Indonesian Stock Exchange)"	Variabel dependen : - Ekspresi tanggung jawab sosial Variabel independen : - profitabilitas - ukuran perusahaan - likuiditas - <i>leverage</i>	1) Profitabilitas, ukuran perusahaan dan likuiditas berpengaruh positif terhadap tanggungjawab sosial 2) <i>leverage</i> berpengaruh negatif terhadap tanggungjawab sosial
16.	Justyna, Joanna (2017). "Determinants of corporate social responsibility Disclosure: An Empirical Study of Polish Listed Companies"	Variabel dependen : - Pengungkapan tanggungjawab sosial. Variabel Independen : - ukuran perusahaan - profitabilitas - <i>leverage</i> keuangan - kepekaan lingkungan industri - ukuran dewan - komposisi gender dewan - penginternasionalan - reputasi	1) Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial 2) Profitabilitas dan <i>leverage</i> keuangan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial
17.	Mohammad, Abdullah, dan Al-Duwaila (2015). "Corporate Social Disclosure Practices in Kuwait"	Variabel dependen : - Tingkat pengungkapan tanggungjawab sosial. Variabel Independen : - profitabilitas - likuiditas - <i>leverage</i> - tipe industri - umur perusahaan - persentase saham yang dimiliki pemerintah - ukuran perusahaan	1) Profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial. 2) <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial.

10. Kerangka Pemikiran

Corporate social responsibility atau tanggungjawab sosial sangat penting bagi perusahaan, karena perusahaan dituntut untuk selalu memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya. Hal ini dikarenakan masyarakat membutuhkan informasi yang akurat mengenai sejauh mana perusahaan telah melaksanakan aktivitas sosialnya, sehingga hak masyarakat sekitar untuk memperoleh hidup yang aman dan tentram serta hak karyawan untuk memperoleh kesejahteraan dapat terpenuhi (Anggraini, 2006). Beberapa pengujian telah menguji tentang faktor-faktor yang mempengaruhi *corporate social responsibility* ialah *size* (ukuran perusahaan), profitabilitas dan *leverage*.

Ukuran perusahaan (*Size*) dapat mempengaruhi *corporate social responsibility*. Ukuran perusahaan merupakan variabel yang sering digunakan dalam menjelaskan pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan. Perusahaan yang berskala besar cenderung akan lebih banyak mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial dibandingkan perusahaan yang berskala kecil (Sari, 2012) dalam Prima dan Nila (2019). Hal ini dihubungkan dengan teori agensi yang memprediksi perusahaan besar yang mempunyai biaya keagenan yang lebih tinggi akan mengungkapkan informasi lebih luas dengan tujuan mengurangi biaya keagenan yang tinggi tersebut (Sembiring, 2006) dalam (Ana dan Nera, 2018).

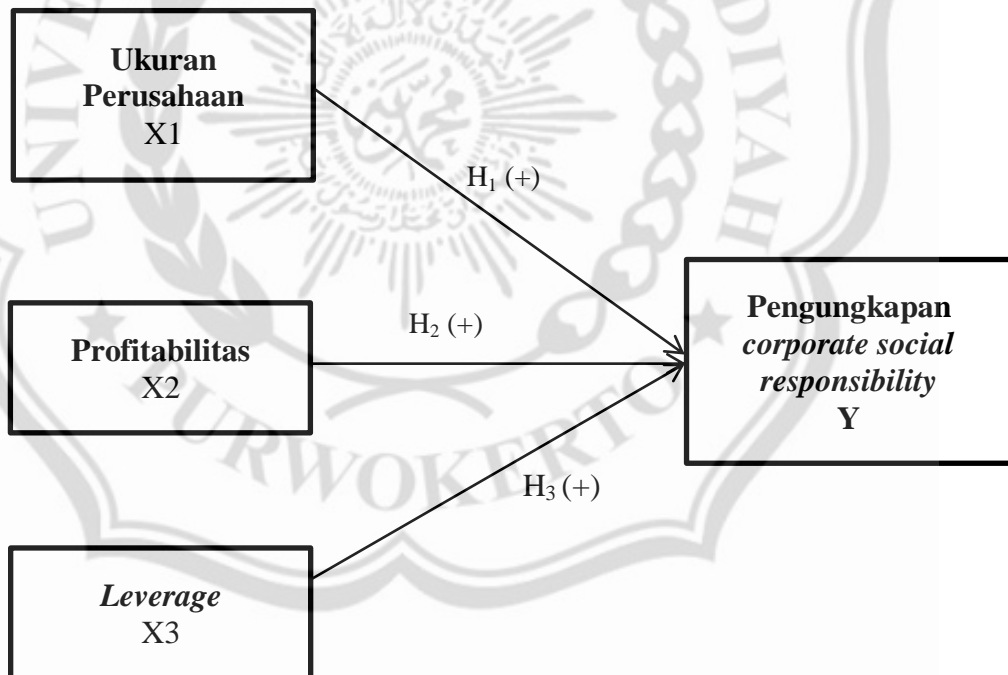
Profitabilitas juga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi *corporate social responsibility*. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu (Munawir, 2004 dalam Prima dan Nila 2019). Heinze (1976) dalam Hackston & Milne (1996) dalam Prima dan Nila (2019) menyebutkan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang dapat mendorong manajemen untuk bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial kepada pemegang saham, sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka semakin luas pula tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan. Sejalan dengan teori keagenan, perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas juga (Sri dan Sawitri, 2011) dalam (Buston dan Mohammad, 2016).

Penelitian sebelumnya juga menyatakan bahwa *leverage* dapat mempengaruhi *corporate social responsibility*. *Leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar pembiayaan perusahaan dari sumber utang yang dapat berdampak pada kewajiban perusahaan (Sitanggang, 2014 dalam Prima dan Nila, 2019). Sejalan dengan teori keagenan mengemukakan bahwa perusahaan yang mempunyai rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi sebab biaya keagenan yang dimiliki perusahaan yang mempunyai struktur modal lebih tinggi (Jensen dan Meckling, 1976) dalam (Ana dan Nera, 2018).

Berdasarkan uraian yang dijelaskan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa adanya ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* dapat mempengaruhi *corporate social responsibility*. Dalam penelitian ini akan dijelaskan pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan tahun 2016-2019.

Gambar 2.1

Skema kerangka Pemikiran



11. Hipotesis

1. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Ukuran perusahaan (*size*) perusahaan adalah variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan sosial dalam laporan tahunan yang dibuat perusahaan. Hal ini dihubungkan dengan teori agensi yang memprediksi perusahaan besar yang mempunyai biaya keagenan yang lebih tinggi akan mengungkapkan informasi lebih luas dengan tujuan mengurangi biaya keagenan yang tinggi tersebut (Sembiring, 2006 dalam Ana dan Nera, 2018). Selain itu, perusahaan besar adalah emiten yang banyak disoroti oleh publik, pengungkapan yang lebih besar akan mengurangi biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan berukuran lebih besar cenderung memiliki public demand akan informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang berukuran lebih kecil (Sembiring, 2006 dalam Ana dan Nera, 2018)

Oleh karena itu ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Ni kadek dan I gusti (2016), Rheza dan Paulus (2015), Linda dan Kun (2019), Ani dan Nur (2017), Kartika, dkk (2018), Esti dan Maswar (2016), Prima dan Nila (2019), Siti, dkk (2016), Savina dkk (2018), Amir dkk (2018), Justyna dan Joanna (2017), dan Mohammad dkk (2015)

yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H₁ : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

2. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang suksesnya keuangan perusahaan. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi (Buston dan Mohammad, 2016). Variabel profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Return On Asset (ROA)*. ROA adalah perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan aktiva untuk mengukur tingkat pengembalian investasi total. Rasio ini merupakan rasio yang terpenting untuk mengetahui profitabilitas suatu perusahaan. *Return on asset* merupakan ukuran efektifitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya (Buston dan Mohammad, 2016).

Menurut teori agensi, perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas (Buston dan Mohammad, 2016). Profit *margin* yang tinggi akan mendorong

para manajer untuk memberikan informasi yang lebih rinci, sebab mereka ingin meyakinkan investor terhadap profitabilitas perusahaan dan mendorong kompensasi terhadap manajemen (Irawan, 2006 dalam Buston dan Mohammad, 2016). Selain itu pengungkapan yang lebih luas dimaksudkan untuk mengurangi konflik keagenan. Dengan demikian manajemen menunjukkan bahwa perolehan laba tidak hanya digunakan untuk kepentingannya sendiri, tetapi juga untuk kepentingan investor melalui pengungkapan sosial yang dilakukan.

Seperti hasil dari penelitian Ni kadek dan I gusti (2016), Buston dan Mohammad (2016), Linda dan kun (2019), Kartika, dkk (2018), Esti dan Maswar (2016), Susilatri, dkk (2011), I gusti dan Eka (2015), Prima dan Nila (2019), Siti, dkk (2016), Amir dkk (2018), Mohammad dkk (2015) menemukan profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil yang diperoleh menunjukkan dengan meningkatnya pertumbuhan laba yang terbentuk karena efektifitas pengelolaan aset mendorong aliran jumlah dana yang lebih besar sehingga mengakibatkan meningkatnya jumlah pengungkapan *corporate social responsibility*. Jadi dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Oleh sebab itu dapat diajukan sebuah hipotesis yang akan dibuktikan yaitu:

H₂ : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

3. Pengaruh *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Leverage menunjukkan seberapa besar suatu perusahaan bergantung kepada kreditur dalam membiayai aset perusahaan yang dimiliki. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi berarti akan sangat bergantung kepada pinjaman luar dalam membiayai asetnya, sedangkan perusahaan dengan tingkat *leverage* lebih rendah menunjukkan bahwa perusahaan kurang bergantung pada pinjaman luar dikarenakan lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri (Ni kadek dan I gusti, 2016) Tingkat *leverage* perusahaan, oleh karenanya mendeskripsikan risiko keuangan perusahaan.

Teori keagenan mengemukakan bahwa perusahaan yang mempunyai rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi sebab biaya keagenan yang dimiliki perusahaan yang mempunyai struktur modal lebih tinggi (Jensen dan Meckling, 1976) dalam (Ni kadek dan I gusti, 2016). Tambahan informasi perusahaan diperlukan untuk menghilangkan keraguan para pemegang obligasi terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur. Pendapat ini didukung oleh Schipper, 1981 dan Meek, 1995 dalam (Ni kadek dan I gusti, 2016)

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ni kadek dan I gusti (2016) menyimpulkan bahwa faktor *leverage* memiliki pengaruh positif pada pengungkapan CSR, dimana intensitas pengungkapan CSR akan meningkat seiring dengan meningkatnya *leverage*. Seperti halnya hasil penelitian yang

dilakukan oleh Ni kadek dan I gusti (2016), Ani dan Nur (2017), Esti dan Maswar (2016), Syailendra (2016), Prima dan Nila (2019) yang menunjukkan adanya pengaruh positif *leverage* terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H₃: *Leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

